

***MOTION GRAPHIC FLAT DESIGN SEBAGAI
MEDIA KAMPANYE ANTI SCHOOL BULLYING
PADA ANAK DI KOTA BATU, MALANG***

LAPORAN TUGAS AKHIR KARYA

Untuk memenuhi sebagaimana persyaratan

Mencapai derajat S-1

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Jurusan Desain



Oleh :

ELISA FITRIANI

NIM. 14151128

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA
SURAKARTA
2019**

**PENGESAHAN
TUGAS AKHIR KARYA**

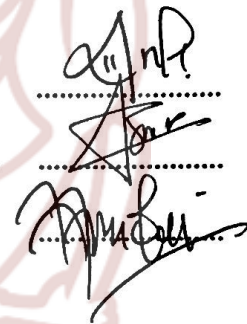
***MOTION GRAPHIC FLAT DESIGN* SEBAGAI
MEDIA KAMPANYE ANTI *SCHOOL BULLYING*
PADA ANAK DI KOTA BATU, MALANG.**

Oleh:
Elisa Fitriani
NIM. 14151128

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji
pada tanggal 30 Agustus 2019.

Tim Penguji

Ketua Penguji : Dr. Ana Rosmiati, S.Pd., M.Hum.
Penguji Utama : Asmoro Nurhadi Panindias, SSn., M.Sn.
Pembimbing : Dr. Handriyotopo, S.Sn., M.Sn.



Deskripsi karya ini telah diterima sebagai
salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds)
pada Institut Seni Indonesia Surakarta.

Surakarta, 19 September 2019

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain.


Joko Budiyanto, S.Sn., M.A.
NIP. 197207082003121001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Elisa Fitriani.

NIM : 14151128.

Menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir Karya berjudul :

***MOTION GRAPHIC FLAT DESIGN* SEBAGAI MEDIA KAMPANYE ANTI
SCHOOL BULLYING PADA ANAK DI KOTA BATU, MALANG.**

Adalah karya saya sendiri dan bukan jiplakan atau plagiarisme dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari, terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiarisme, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu, saya menyetujui laporan Tugas Akhir ini dipublikasikan secara *online* dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya.

Surakarta, 19 September 2019

Yang menandatangani,



Elisa Fitriani

NIM. 14151128

PERSEMBAHAN



MOTTO

“Jangan Menunda Pekerjaan, Kerja Ikhlas dan Telaten”



ABSTRAK

Elisa Fitriani (2019) *Motion Graphic Flat Design* Sebagai Media Kampanye *Anti School Bullying* pada Anak di Kota Batu, Malang.

Fenomena *bullying* sudah menjadi permasalahan selama ini, *bullying* dapat menimpa siapa saja dan dimana saja. Tak terkecuali di sekolah, tindakan *bullying* di sekolah dikenal dengan istilah *school bullying*. Dampak dari fenomena *bullying* sangat rawan dikalangan remaja. Kepribadian yang belum mencapai kematangan serta kurang mampu mengontrol emosi, membuat remaja mudah terpengaruh hal negatif maupun positif. Progam pemerintah *full day school* berpotensi anak melakukan tindakan *bullying*, beberapa sekolah di Indonesia khususnya di kota Batu, Malang mulai memberlakukannya. Sebagai tindakan antisipasi dari progam tersebut, dibuatlah perancangan kampanye anti *school bullying*. Digunakan sebagai metode komunikasi persuasif kepada khalayak, dan mengkampanyekan tentang anti *school bullying*. Di mana strategi kampanye media elektronik, dan sosial media merupakan media yang utama. Diterapkan dengan strategi kampanye seminar dan media sosial, dengan format gaya *flat design*. Dengan kampanye anti *school bullying* melalui *motion graphic*, diharapkan khalayak muda lebih mencerna isi pesan yang disampaikan. Perancangan kampanye ditujukan untuk memberikan penyadaran tentang dampak dari *bullying*, serta diharapkan dapat menumbuhkan rasa kepedulian kepada sesama di lingkungan sekolah.

Kata Kunci : Kampanye, *anti school bullying*, *motion graphic*.

KATA PENGANTAR

Segala puji penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir karya dengan judul “*Motion Graphic* Sebagai Media Perancangan Kampanye *Anti School Bullying* pada Anak di Kota Batu, Malang” dengan baik dan lancar. Setelah semua proses perkuliahan yang sudah dilewati, selama kurang lebih 4 tahun akhirnya sampai pada titik ini. Laporan tugas akhir ini diharapkan bisa menggugah kesadaran masyarakat tentang dampak dari *bullying* dan membangun kepedulian dengan lingkungan sekitar. Tugas akhir ini sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar S-1 program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta. Selama proses pengerjaan tugas akhir tentunya tidak lepas dari bantuan dan peran beberapa pihak, baik secara moril maupun materil. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah berperan tersebut, rasa terimakasih ini disampaikan kepada.

1. Kepada ibu saya tercinta, ibu Siti Aminah atas doa serta dukungan moral dan materialnya sejak awal sampai akhir ini.
2. Dr. Handriyotopo, M.Sn, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah membimbing serta memberi pengarahan selama proses pengerjaan laporan.
3. Asmoro Nurhadi Panindias, S.Sn, M.Sn. Selaku ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual FSRD ISI Surakarta.
4. Bapak dan ibu dosen program Studi Desain Komunikasi Visual yang telah membantu proses pembuatan karya tugas akhir.

5. Diah Wahyuning Rama, Vicky Tito Guizar, Fitri Nur Jannah, Tabita Madah Florencia yang telah membantu proses mencari data dan sumber untuk penciptaan.
6. Teman seperjuangan Andini Aisyah, Shavira Ramadhiani Ammarlita, Tiarahayyu Rumambar Asri ,Fatah Amanati , Lumintu Rinaningrum, Reno Abdurrahman, Alif Basori, dan Firman Ilham Akbar yang telah membantu dalam proses pengerjaan karya.
7. Teman asrama Purwanti dan Elfi Miftahul Hasanah,.
8. Teman – teman Desain Komunikasi Visual khususnya angkatan 2014 yang saling memberikan semangat selama proses perkuliahan di Institut Seni Indonesia Surakarta, serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari laporan ini masih kurang dan jauh dari kata sempurna, oleh karena itu segala bentuk saran dan kritik membangun diharapkan dari semua pihak. Diharapkan laporn ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca, khususnya dalam bidang Desain Komunikasi Visual.

Surakarta. 2019

Penulis

Elisa fitriani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
PERSEMBAHAN....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Ide Gagasan Penciptaan	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penciptaan.....	7
E. Manfaat Penciptaan	7
F. Tinjauan Sumber Penciptaan	8
G. Landasan Penciptaan.....	10
H. Metode Penciptaan	36
I. Skematika Perancangan	39
J. Skematika Penulisan	40

BAB II IDENTIFIKASI DATA	41
A. Maraknya <i>Bullying</i>	41
B. Komunitas Anti <i>Bullying</i> Sejenis	46
C. Analisis SWOT <i>Bullying</i>	50
D. <i>Unique Selling Point</i>	54
BAB III KONSEP PERANCANGAN	55
A. Perencanaan Kampanye	55
B. Perencanaan Media	60
C. <i>Motion Graphic</i> Sebagai Media Kampanye Anti <i>Bullying</i>	64
D. Ide Kreatif	66
E. Warna	92
F. Media Promosi	94
G. Media Pendukung	98
BAB IV PENCIPTAAN KARYA.....	108
A. Desain Karakter.....	108
B. Tipografi.....	113
C. <i>Motion Graphic</i>	113
D. Media Kampanye	118
E. Media Pendukung	125
BAB V PENUTUP	138
A. Kesimpulan	138
B. Saran.	139
DAFTAR PUSTAKA	140

DAFTAR GAMBAR

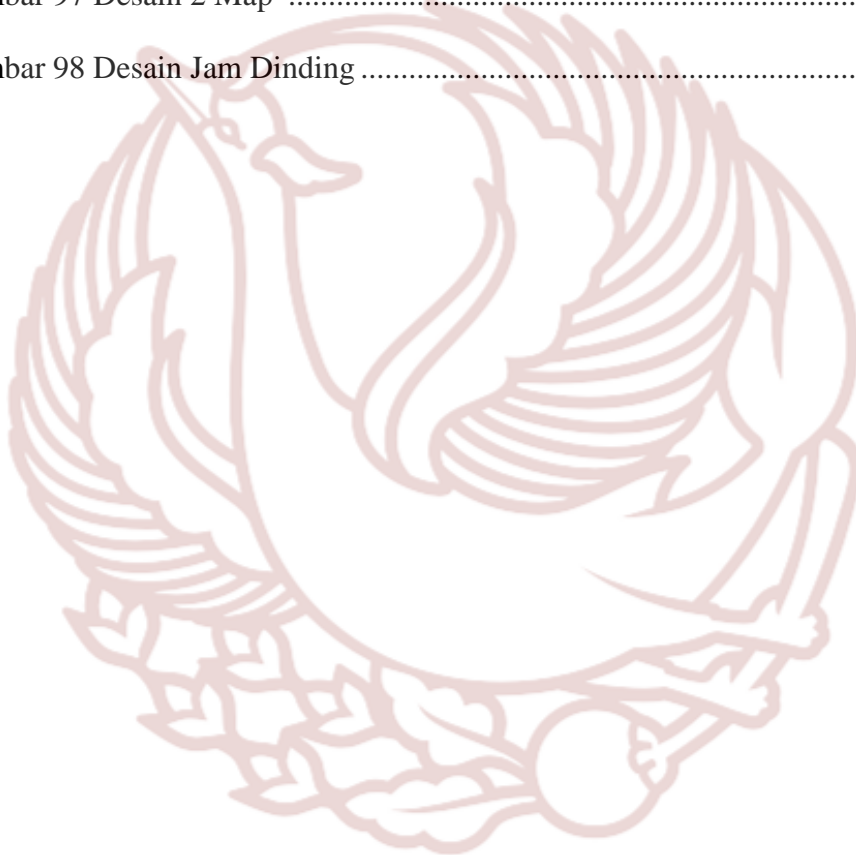
Gambar 1 <i>Motion Graphic</i> Pengenalan Batik Gemawang.....	9
Gambar 2 Iklan Layanan Masyarakat Tentang Narkoba	10
Gambar 3 Skematika Perancangan	39
Gambar 4 Logo Komunitas Sudah Dong.....	46
Gambar 5 SEJIWA Service For Peace.....	48
Gambar 6 Sketsa Contoh Penyederhanaan Bentuk.....	68
Gambar 7 Refrensi Seragam Siswi SMP	75
Gambar 8 Sketsa Seragam Siswi SMP	75
Gambar 9 Sketsa Alternatif Karakter Utama	77
Gambar 10 Sketsa Ekspresi Karakter Utama	78
Gambar 11 Sketsa Fisik Karakter Utama	78
Gambar 12 Sketsa Karakter Utama	79
Gambar 13 Banteng	79
Gambar 14 Referensi Karakter Monster	80
Gambar 15 Sketsa Alternatif Karakter Monster	81
Gambar 16 Sketsa Ekspresi Karakter Monster	81
Gambar 17 Sketsa Alternatif Karakter Pendukung	82
Gambar 18 Sketsa Ekspresi Karakter Pendukung	83
Gambar 19 Sketsa Karakter Pendukung	83
Gambar 20 <i>Storyboard Motion Graphic</i> 1 Bagian 1	89
Gambar 21 <i>Storyboard Motion Graphic</i> 1 Bagian 2.....	89
Gambar 22 <i>Storyboard Motion Graphic</i> 2 Bagian 1.....	89

Gambar 23 <i>Storyboard Motion Graphic 2</i> Bagian 2.....	90
Gambar 24 <i>Storyboard Motion Graphic 2</i> Bagian 3.....	90
Gambar 25 <i>Storyboard Motion Graphic 2</i> Bagian 4.....	90
Gambar 26 <i>Storyboard Motion Graphic 2</i> Bagian 5.....	90
Gambar 27 Ciri jenis <i>Font Slab Serif</i>	91
Gambar 28 Contoh <i>Font Slab Serif</i>	92
Gambar 29 Pembukaan Kampanye Hari Anti Bullying	93
Gambar 30 Kampanye Hari Anti <i>Bullying</i>	94
Gambar 31 Contoh Desain Alternatif Poster	95
Gambar 32 Contoh Desain Iklan <i>Pop Up</i>	95
Gambar 33 Contoh Videotron	96
Gambar 34 Contoh Alternatif Desain <i>X Banner</i>	97
Gambar 35 Contoh Desain <i>Backdrop</i>	98
Gambar 36 Desain Buku Saku Bagian A dan B	99
Gambar 37 Desain Buku Saku Bagian C dan D	99
Gambar 38 Desain Buku Saku Bagian E dan F	100
Gambar 39 Desain Buku Saku Bagian G dan H	100
Gambar 40 Desain Buku Saku Bagian I dan J	101
Gambar 41 Desain Buku Saku Bagian K dan L.....	102
Gambar 42 Desain Buku Saku Bagian M, N dan O	102
Gambar 43 Contoh Desain Pembatas Buku	103
Gambar 44 Contoh Desain <i>Paper Bag</i>	103
Gambar 45 Contoh Desain Kontak Pensil	104

Gambar 46 Contoh Desain Gantungan Kunci.....	104
Gambar 47 Contoh Desain Kaos	105
Gambar 48 Contoh Desain Stiker	105
Gambar 49 Contoh Desain Pensil	106
Gambar 50 Contoh Desain Penghapus.....	106
Gambar 51 Contoh Desain Map.....	107
Gambar 52 Contoh Desain Jam Dinding	107
Gambar 53 Desain Karakter Korban.....	109
Gambar 54 Desain Ekspresi Karakter Korban	109
Gambar 55 Desain Karakter Pelaku Perempuan.....	110
Gambar 56 Desain Karakter Pelaku Laki – Laki	110
Gambar 57 Desain Ekspresi Pelaku	111
Gambar 58 Desain Karakter Pendukung.....	112
Gambar 59 Desain Ekspresi Karakter Pendukung	112
Gambar 60 Desain Alternatif Tipografi	113
Gambar 61 Proses Digital Gambar Tiap <i>Scene</i>	114
Gambar 62 Proses <i>Compositting</i> Menggunakan <i>Adobe After effect</i>	115
Gambar 63 Proses <i>Editing</i> Audio Menggunakan <i>Audacity</i>	116
Gambar 64 Proses <i>Editing</i> Menggunakan <i>Adobe Premiere</i>	116
Gambar 65 <i>Screenshot</i> Video <i>Motion Graphic</i> 1.....	117
Gambar 66 <i>Screenshot</i> Video <i>Motion Graphic</i> 2	117
Gambar 67 Desain 1 Poster Acara	119
Gambar 68 Desain 2 Poster Acara	120

Gambar 69 Desain 1 Iklan <i>Pop Up</i>	121
Gambar 70 Desain 2 Iklan <i>Pop Up</i>	121
Gambar 71 Desain <i>Backdrop</i>	122
Gambar 72 Desain Alternatif <i>X Banner</i>	123
Gambar 73 <i>Motion Graphic</i> dengan Media Videotron	124
Gambar 74 Youtube <i>Post</i>	124
Gambar 75 Instagram <i>Post</i>	125
Gambar 76 Desain Buku	126
Gambar 77 Desain Buku Saku Halaman 1 dan 2	127
Gambar 78 Desain Buku Saku Halaman 3 dan 4	127
Gambar 79 Desain Buku Saku Halaman 5 dan 6	128
Gambar 80 Desain Buku Saku Halaman 7 dan 8	128
Gambar 81 Desain Buku Saku Halaman 9 dan 10	129
Gambar 82 Desain Buku Saku Halaman 11 dan 12	129
Gambar 83 Desain Pembatas Buku	130
Gambar 84 Desain <i>Paper Bag A</i>	130
Gambar 85 Desain <i>Paper Bag B</i>	131
Gambar 86 Desain Alternatif Kotak Pensil	131
Gambar 87 Desain Alternatif Gantungan Kunci A	132
Gambar 88 Desain Alternatif Gantungan Kunci B	132
Gambar 89 Desain Alternatif Kaos A	133
Gambar 90 Desain Alternatif Kaos B	133
Gambar 91 Desain Stiker 1	134

Gambar 92 Desain Stiker 2	134
Gambar 93 Desain Stiker 3	135
Gambar 94 Desain Pensil	135
Gambar 95 Desain Penghapus	136
Gambar 96 Desain 1 Map	136
Gambar 97 Desain 2 Map	137
Gambar 98 Desain Jam Dinding	137



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Makna Warna.....	25
Tabel 2 Analisis SWOT	53
Tabel 3 Jadwal Strategi Kampanye.....	60
Tabel 4 <i>Storyline Motion Graphic 1</i>	86
Tabel 5 <i>Storyline Motion Graphic 2</i>	88



BAB I

PENDAHULAN

A. Latar Belakang.

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri dan membutuhkan bantuan orang lain. Namun dari hubungan sosial yang terjalin, tercipta beberapa tingkatan sosial. Sebagian pihak merasa dirinya kuat dan berkuasa, di sisi lain ada pihak yang dianggap lemah. Mulai muncul beberapa perilaku menyimpang dari hal tersebut, peristiwa tersebut dikenal dengan istilah *bullying*. *Bullying* merupakan perilaku agresif dan negatif seseorang atau kelompok yang menyalahgunakan ketidak seimbangan kekuatan, dengan tujuan menyakiti korban secara mental maupun fisik berulang kali. (Novan Ardi Wiyani, 2012:14). Pengulangan merupakan kegiatan yang lebih aktif dari membaca dalam merangsang proses mengingat, terlebih dengan kejadian yang menyakitkan akan teringat sampai tua nanti. Ingatan tersebut terpatneri pada otak manusia secara lebih awet. Marchel Proust (1934) dalam Lee Edson (1975 ;91)

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku *bullying* seperti frustrasi, kemarahan, perasaan negatif, kejadian tidak menyenangkan serta latar belakang keluarga. Seperti cara mendidik orang tua yang keras contohnya dengan cara memukul, hal tersebut secara tidak langsung membentuk figur seorang anak menjadi orang yang kasar dan sebagian anak melampiaskan kekesalannya kepada teman di sekolah. Karena melalui peniruan, anak kecil belajar memainkan peranan banyak orang lain. (Lee Edson, 1975 : 23).

Indonesia merupakan salah satu negara dengan kasus *bullying* tertinggi di dunia, dengan kasus yang semakin meningkat tiap tahunnya menurut data dari KPAI (Komnas Perlindungan anak Indonesia) sepanjang tahun 2016 ada 1000 kasus kekerasan pada anak. (www.kpai.go.id , diakses 30 Oktober 2017, 19:00 WIB). KPAI memaparkan hasil pengawasan kasus pelanggaran anak di bidang pendidikan selama Januari hingga April 2019 mayoritas terjadi pada kasus perundungan, yaitu berupa kekerasan fisik, kekerasan psikis dan kekerasan seksual," ujar Komisioner KPAI Bidang Pendidikan Retno Listyarti di Kantor KPAI. (news.detik.com, diakses 5 Mei 2019, 11:25 WIB).

Keadaan lingkungan sangat berpengaruh terhadap perkembangan anak, terlebih lingkungan dalam keluarga. Seorang anak yang terlahir dari orang tua yang keras cenderung memiliki kepribadian yang keras pula, orang tua merupakan figur contoh seorang anak. Keadaan keluarga yang tidak harmonis maupun cara mendidik dengan perlakuan yang keras, seperti memukul dan perkataan yang kasar akan membuat seorang anak terbiasa dengan perilaku tersebut. Pelampiasan kekesalan karena depresi dan kurangnya rasa kasih sayang, berimbas kepada teman sebaya dengan cara menindas pihak yang dianggap lebih lemah darinya. Pelaku *bullying* sebagian besar biasanya anak laki – laki, dan anak perempuan lebih sering menjadi korban *bullying*. Perbedaan hormon yang ada dalam anak perempuan dan laki – laki membentuk karakter pembawaan yang berbeda. Menurut Friedman (2006) dalam dalam Nurlailatul Masruroh dkk (2016 : 115) Hormon androgen dapat membentuk gender laki – laki dengan berperilaku maskulin, yang membawa

sifat sebagai seorang pria yaitu agresif, pemberani, dan percaya diri. Sedangkan hormon estrogen dapat membentuk gender perempuan dengan perilaku feminim yang membawa sifat seorang wanita, pemalu, sering menarik diri, penakut, lebih sering menangis, tidak percaya diri, dan tidak agresif.

Dampak dari fenomena *bullying* sangat rawan dikalangan remaja, berbeda dengan anak - anak yang bertindak atas dasar kendali yang berasal dari luar dirinya yaitu sekedar untuk menghindari hukuman dan untuk mendapatkan imbalan. (Singgih D. Gunarsa, 2004 : 252). Sedangkan remaja ialah masa peralihan dari anak- anak menuju dewasa yang memasuki masa pencarian dan pembentukan identitas diri, dengan mengalami beberapa perubahan fisik, emosi, serta tingkat intelek. Kepribadian remaja belum mencapai kematangan, ditandai dengan sifat keragu-raguan, kurang percaya diri atau harga diri rendah, serta kurang mampu mengontrol emosi dan perilaku. Keadaan ini memungkinkan remaja untuk mudah dipengaruhi hal-hal positif maupun negatif. (Singgih D. Gunarsa, 2004 : 199). *Bullying* dapat berakibat fatal bagi yang bersangkutan, karena *bullying* ini menyangkut harga diri dan masa depan anak. *Bullying* dapat menimbulkan ketakutan, rasa cemas, mengganggu proses belajar anak bahkan dapat memicu depresi dan bunuh diri.

Salah satu contoh kasus kematian akibat *bullying* pada anak adalah Fifi Kusriani anak usia 13 tahun yang melakukan aksi bunuh diri pada 15 Juli 2005, akibat rasa minder dan frustrasi karena sering diejek sebagai anak tukang bubur

oleh temannya di sekolah. (Novan Ardi Wiyani, 2012 : 17). Menurut Dan Olweus dalam Novan Ardi Wiyani (2012; 13) perilaku *bullying* mengandung tiga unsur mendasar yaitu bersifat menyerang dan negatif, dilakukan secara berulang kali, serta adanya ketidak seimbangan kekuatan antara pihak yang terlibat.

Bullying yang dapat diketahui secara langsung dapat dicegah sejak dini sebelum kejadian tersebut terjadi berulang - ulang. Berbeda dengan beberapa kategori *bullying* yang tidak memiliki tanda fisik secara langsung, seperti contohnya korban yang dikucilkan atau digosipkan jenis *bullying* ini susah diidentifikasi dan telah terjadi berulang kali hingga membuat korban depresi. *Bullying* pada anak dapat terjadi di mana saja termasuk di sekolah, tempat anak mempelajari segala aspek ilmu kehidupan hingga menjalin hubungan sosial antar individu. Hasil konsultasi Komisi Nasional Perlindungan Anak (KPAI) dengan anak-anak di 18 provinsi di Indonesia pada tahun 2007 memperlihatkan bahwa sekolah juga bisa menjadi tempat berbahaya bagi anak-anak. (Novan Ardi Wiyani, 2012 : 17). Menurut Dan Olweus (1970) dalam Novan Ardi Wiyani (2012 : 11) fenomena *bullying* pada anak di sekolah dikenal dengan istilah *school bullying*, kata *bullying* berasal dari bahasa Inggris yaitu dari kata *bull* berarti banteng yang senang menyeruduk kesana kemari. Sedangkan di sisi lain ada program pemerintah *full day school* yang mulai diberlakukan di beberapa daerah di Indonesia, seperti halnya beberapa sekolah di kota Batu – Malang yang mulai menjalankan program *full day school*. Sedangkan menurut Ketua KPAI Asrorun Ni'am Sholeh

berpotensi siswa melakukan *bullying* di sekolah. (liputan6.com diakses 3 September 2017, 16:00 WIB). Maka dibuat perancangan kampanye anti *school bullying* pada anak di kota Batu Malang untuk mengantisipasi kejadian *bullying* di sekolah dengan adanya program pemerintah tersebut. Pendekatan melalui empati digunakan sebagai strategi dalam kampanye anti *bullying* ini. Menurut M Umar dan Ahmadi Ali (1992) empati adalah suatu kecenderungan yang dirasakan seseorang untuk merasakan sesuatu yang dilakukan orang lain seandainya ia berada dalam situasi orang lain, sedangkan Patton berpendapat bahwa empati bermakna memposisikan diri pada posisi orang lain.

Semakin maraknya fenomena *bullying* ini, mulai banyak bermunculan artikel yang memerangi dan membahas peristiwa tersebut. Namun seiring dengan perkembangan zaman dengan sifat manusia yang semakin konsumtif, menarik perhatian orang juga semakin sulit dengan bahasan yang sangat melimpah tentang *school bullying* diluar sana. Kehidupan manusia saat ini sangat erat dengan media elektronik, berbagai fasilitas dan kemudahan yang disediakan media elektronik terlibat hampir disemua kegiatan manusia. Terlebih sosial media yang tentunya sudah tidak asing lagi, hampir semua kalangan umur sebagai pengguna aktif sosial media. Fasilitas internet dan komputer juga disediakan oleh lembaga kependidikan, hal ini ditujukan penunjang pembelajaran serta mempermudah anak didik mereka mengakses berbagai pengetahuan serta informasi. Dengan kemudahan serta fasilitas yang ada, banyak pengetahuan baru yang mereka dapat tak terkecuali hal-hal negatif. Usaha untuk mencegah *bullying* di sekolah diperlukan iklan sosial

berupa kampanye anti *bullying*. Iklan Sosial atau Iklan Layanan Masyarakat dalam bahasa Inggris sering disebut dengan PSA yaitu *Public Service Advertising*. (Handriyotopo: 2018:31). Sebagai upaya menarik perhatian dipilihlah media elektronik yang menarik berupa *motion graphic*. *Motion graphic* tidak membutuhkan waktu yang lama dalam proses pengerjaannya, media elektronik ini memiliki keterkaitan erat dengan sosial media serta dapat menghemat biaya. *Motion graphic* sendiri terdiri dari grafis dan gerakan, di mana informasi yang disampaikan dikemas dalam bentuk visual sebagai daya pikat. Visual memungkinkan khalayak mencerna secara lebih efisien dan memudahkan pemahaman, sebuah studi terbaru dari University of Saskatchewan mengatakan bahwa pemirsa lebih menyukai penggunaan ilustrasi dalam representasi visual. (Jason Lankow, 2014 : 42).

Iklan layanan masyarakat biasanya berupa ajakan dari kondisi yang tidak baik menjadi lebih baik, misal masalah sampah, pentingnya menjaga Kebersihan, jauhi narkoba dan sebagainya. (Handriyotopo, 2018:31) Demikian pula pada iklan sosial tentang Kampanye anti Bullying ini dilakukan untuk menekan pelaku *bullying* dan memberikan penyadaran terhadap pengaruh buruknya tindakan ini mempengaruhi psikologi anak yang akan dibawa sampai dengan dewasa nanti, dengan mengajak *stop bullying* di sekolah dengan segera khususnya di Kota Batu.

B. Ide/Gagasan Penciptaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan tersebut ide atau gagasan penciptaan yang akan diangkat ialah kampanye anti *school bullying* pada anak, guna memberikan pengetahuan tentang dampak dari *school bullying* dan menggugah rasa kepedulian terhadap lingkungan sekitar.

Digunakan media *motion graphic* dengan gaya visual sebagai daya tariknya, serta tambahan audio visual berupa narasi *voice over* sebagai tambahan.

C. Rumusan Masalah.

Penentuan rumusan masalah sangatlah di perlukan, guna mempermudah proses pengerjaan. Berikut beberapa rumusan masalah yang dapat di ambil dari penjelasan latar belakang sebelumnya.

1. Bagaimana mengkampanyekan anti *school bullying* kepada khalayak melalui *motion graphic flat design* dan membangun kepedulian ?
2. Bagaimana merancang dan menggunakan media *motion graphic flat design* dalam mendukung kampanye anti *school bullying* ?

D. Tujuan Penciptaan.

Membahas sebuah gagasan penciptaan dengan permasalahan didalamnya tentunya memiliki tujuan penciptaan dalam membuat karya, berikut merupakan tujuan dari penciptaan karya sesuai dengan permasalahan yang dibahas.

1. Membangun rasa kepedulian kepada sesama melalui media *motion graphic anti school bullying*.
2. Mengaplikasikan *motion graphic flat design* sebagai media kampanye anti *school bullying*.

E. Manfaat Penciptaan.

1. Manfaat teoritis.

Pembuatan karya ini diharapkan dapat dijadikan sumber referensi serta menambah wawasan bagi peneliti yang mengambil tema serupa,

selain itu karya dapat memberikan informasi kepada masyarakat tentang dampak dari *school bullying* bagi anak serta bagaimana cara menanggulangnya.

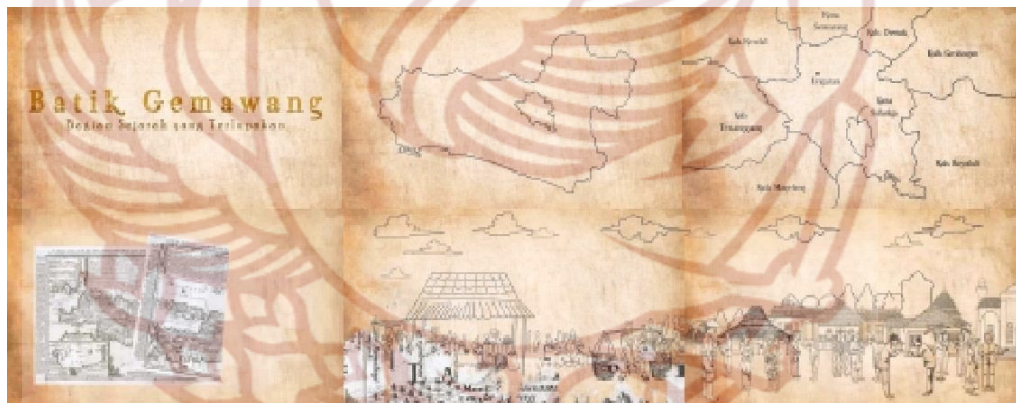
2. Manfaat praktis.

Penciptaan karya ini diharapkan dapat dijadikan refrensi untuk memecahkan masalah lain yang serupa. Serta melalui karya *motion graphic* ini diharapkan para orang tua serta orang di sekitar korban sadar akan bahaya *school bullying* dan lebih peduli terhadap lingkungan sekitar.

F. Tinjauan Sumber Penciptaan.

Proses perancangan karya ini menggunakan beberapa referensi adapun beberapa tinjauan pustaka yang terkait. Di antaranya karya milik Leli Nurul Ikhsani prodi psikologi fakultas psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang membahas tentang *bullying*, dengan judul “Dinamika Psikologi Korban *Bullying* Pada Remaja” (2015). Karya ini memaparkan tentang bagaimana dinamika psikologi korban *bullying* pada remaja, pengumpulan data melalui teknik *purposive sampling* di mana peneliti menentukan ciri – ciri khusus sesuai dengan tujuan penelitian. Data yang diperoleh dari wawancara informan dianalisis secara deskriptif dengan hasil jenis *bullying* yang sering menimpa korban *bullying* dikalangan remaja, penyebab seorang remaja menjadi korban *bullying*, serta dampak psikologi pada remaja yang ditimbulkan dari perilaku menyimpang tersebut.

Karya selanjutnya ialah karya tentang *motion graphic* milik Nuga Choiril Umam prodi desain fakultas seni rupa Institut Seni Indonesia



Iklan layanan masyarakat berbasis *motion graphic* karya Yolanda Iga Ratnasari prodi desain komunikasi visual Universitas Negeri Malang (2015), dengan judul “Perancangan Iklan Layanan Tentang Narkoba Berbasis *Motion Graphic* untuk Remaja”. Teknik visual yang digunakan dalam karya menggunakan gaya *flat design* yang tidak melibatkan unsur 3D, *shadow*, dan *bevel*. Gaya *flat design* yang digunakan lebih menekankan pada penggunaan

warna yang *solid* dan elemen yang lebih sederhana. Dalam pembuatan *motion graphic* anti *school bullying* menggunakan teknik serupa yang terinspirasi karya tersebut, namun terdapat perbedaan dalam bentuk visual. Teknik *flat design* yang akan digunakan dalam pembuatan *motion graphic* anti *school bullying* tidak berupa simbol namun lebih spesifik, seperti halnya bentuk manusia yang dibuat menyerupai manusia namun tetap dengan gaya yang sederhana.



Gambar 2. Contoh Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat Tentang Narkoba Berbasis *Motion Graphic* Untuk Remaja oleh Yolanda Iga Ratnasari (Sumber : Yolanda Iga Ratnasari, 2015)

G. Landasan Penciptaan.

Membuat sebuah karya tentunya dibutuhkan teori untuk memperkuat beberapa uraian terkait dalam pembuatan proposal karya. Berikut landasan teori yang mendasari karya guna mempermudah dan memperkuat penciptaan solusi objek penelitian.

1. *Bullying*.

Menurut Dan Olweus dalam Novan Ardi Wiyani (2012; 13) perilaku *bullying* mengandung tiga unsur mendasar yaitu bersifat menyerang dan negatif, dilakukan secara berulang kali, serta adanya ketidak seimbangan kekuatan antara pihak yang terlibat. Istilah lain dari *bullying* ialah perundungan berasal dari kata dasar rundung yang berarti mengganggu, mengusik terus menerus, dan menyusahkan dengan imbuhan *pe* dan *an* bermakna menyatakan proses. (KBBI edisi ketiga, 2005: 969).

Tindakan *bullying* atau perundungan dikelompokkan kedalam beberapa kategori sebagai berikut.

a. Jenis *Bullying*

1) Kontak Fisik langsung.

Jenis *bullying* ini mudah dikenali karena melakukan kontak secara langsung dan meninggalkan bukti fisik, contoh dari jenis *bullying* ini seperti memukul, menendang, mencakar, mencubit, menjambak, dan beberapa kekerasan secara fisik lainnya.

2) Kontak Verbal Langsung.

Berupa kata - kata langsung seperti memberi nama panggilan tertentu kepada seseorang, mencela, mengolok - olok, menyebarkan gosip tidak benar, mengancam serta memaki.

3) Non Verbal Langsung.

Melihat dengan sinis, menampilkan ekspresi mengejek, serta perilaku lainnya yang berupa simbol maupun gerakan tubuh yang merendahkan pihak lain.

4) Non Verbal Tidak Langsung.

Perilaku non verbal tidak langsung berupa mendiamkan seseorang, bersikap acuh, dan mengucilkan maupun mengabaikan korban.

5) Pelecehan Seksual.

Tindakan *bullying* ini dikategorikan dua jenis perilaku agresif secara fisik atau verbal.

6) *Cyber Bullying*.

Cyber bullying ialah perundungan yang dilakukan secara elektronik di dunia maya, jenis *bullying* ini banyak terjadi karena pelaku tidak perlu berhadapan langsung dan dapat menyembunyikan identitas mereka. Tindakan *cyber bullying* dapat berupa penyebaran foto korban dengan tujuan merendahkan, menyebarkan berita bohong tentang seseorang melalui media sosial, mengolok olok di dunia maya, membajak akun orang, dan perilaku menjatuhkan lainnya melalui media elektronik.

b. Tempat Terjadinya *Bullying*.

Bullying dapat terjadi di mana saja namun faktor lingkungan disekitar individu sangat berpengaruh bagi perkembangan seorang

anak, hal ini memungkinkan seorang anak mudah terpengaruh. Serta memiliki perilaku sesuai dengan lingkungan sekitar, terlebih bagi remaja dengan sifat yang labil. Menurut Lee Edson (1975 : 104) apa yang dipelajari orang, apa yang mereka ingat, mengapa dan bagaimana mereka berusaha memecahkan persoalan, itu tergantung pada lingkungan dan kebudayaan tempat ia dibesarkan dan hidup. Berikut spesifikasi pembagian tempat terjadinya *bullying* serta istilahnya.

1) Lingkungan keluarga.

Lingkungan yang terdekat dengan seorang anak dan sangat mendasar ialah keluarga. Proses belajar, berinteraksi, meniru, serta berperilaku dimulai dari keluarga dengan contoh figur orang tua sebelum mereka mengenal dunia luar dan berinteraksi dengan orang asing. Melalui peniruan anak kecil belajar memainkan banyak peranan orang lain, akhirnya peniruan tersebut akan menolong anak untuk mempelajari peranannya sendiri di masyarakat. (Lee Edson, 1975: 15). Seorang anak yang terlahir dari keluarga yang penuh perhatian dan kasih sayang memiliki kepribadian berbeda, dengan anak yang dibesarkan oleh keluarga yang kasar. Seorang anak mewarisi langsung sifat serta kebiasaan dari orang tua, pengaruh kondisi lingkungan khususnya keluarga memiliki peran penting terhadap perilaku anak dilingkungan sosial. Individu dapat berkembang baik dengan mendapatkan dukungan moral dari keluarga, dan sebaliknya individu mungkin juga

berkembang kurang wajar karena lingkungan keluarga memberi suasana yang tidak diterimanya bahkan ditentang dalam bentuk yang ekstrim. (Singgih D. Gunadarsa, 1989 : 29) Suasana keluarga yang tidak diterimanya dapat berupa lingkungan keluarga yang tidak utuh, maupun cara mendidik orang tua yang keras secara fisik maupun mental demi mempertahankan suatu ideologi tertentu.

Kekerasan dan penekanan yang dilakukan oleh orang tua terhadap anak secara terus menerus meskipun bertujuan untuk mendidik anak, termasuk dalam tindakan *bullying* atau dalam istilah lain *Family Bullying*. Mendidik dengan cara keras serta berlebihan, dapat menyakiti mereka secara mental maupun fisik. Di luar lingkup keluarga sebagian dari mereka menjadi korban dari *bullying* karena merasa tidak percaya diri serta merasa memiliki harga diri rendah. Mereka merasa tidak memiliki posisi dimanapun, bahkan di lingkungan keluarga yang cenderung menekan. Sedangkan sebagian yang lain menjadi pelaku *bullying*, pihak yang dianggap lebih lemah dianggap sebagai objek yang cocok untuk pelampiasan kekesalan.

2) Lingkungan sosial.

Lingkungan sosial ialah ruang lingkup interaksi di luar lingkungan keluarga, tempat untuk saling berinteraksi dengan makhluk sosial lainnya. Dalam hal ini seorang individu akan

memperluas lingkup sosialnya, seiring dengan bertambahnya usia dan tingkat intelek.

3) Lingkungan sekolah (*School Bullying*).

Sekolah ialah tempat belajar kedua seorang anak setelah lingkungan keluarga, di sekolah anak diajarkan tentang ilmu kehidupan sekaligus berinteraksi dengan individu lain dan mengembangkan keterampilan bersosialisasi. Namun karena faktor latar belakang keluarga yang beragam, dalam lingkup sosial ini tercipta beberapa tingkatan sosial yang memicu munculnya fenomena *bullying*. Karakter seorang anak juga dapat berubah dan mengikuti sesuai lingkungan disekitarnya, terlebih untuk anak usia sekolah yang labil dan sedang dalam masa pencarian identitas diri di masyarakat. Seorang anak yang salah pergaulan dan kurangnya perhatian dari orang tua, dapat tumbuh dengan salah karena terpengaruh dengan lingkungan yang salah. Dari hal tersebut sering terjadi *bullying* antar sesama teman di lingkup sekolah dan disebut dengan *school bullying*. Namun *school bullying* tidak hanya terjadi dalam konteks perundungan antar sesama siswa, namun antara guru dengan murid atau sebaliknya.

4) Tempat Kerja (*Workplace Bullying*).

Seorang individu akan terus berkembang dan memperluas lingkungan sosialnya, sesuai dengan bertambahnya umur dan intelek. Lingkungan kerja adalah tahapan yang selanjutnya setelah

lingkungan sekolah, di lingkungan kerja tentunya terdapat beberapa tingkatan yang dikenal dengan istilah jabatan. Setiap tempat kerja memiliki struktur kepengurusan, perbedaan tingkatan ini terkadang memicu seseorang berbuat semena - mena atau menindas pihak lain yang dianggap rendah. Tindakan perundungan di tempat kerja bisanya karena faktor posisi, atau jabatan yang dimiliki serta senior kapada junior. Perilaku negatif atau *bullying* di lingkungan kerja disebut dengan istilah *workplce bullying*.

5) Lingkungan Politik (*Political Bullying*).

Bullying di lingkungan politik dapat berupa tindakan saling menjatuhkan, dengan menyebarkan berita tidak benar dan berusaha menjelekkan citra lawan. Tindakan tersebut ditujukan untuk mendapatkan perhatian masyarakat, demi menempati suatu posisi di lingkungan politik.

6) Lingkungan Militer (*Military Bullying*).

Perilaku negatif dan agresif seperti penyalahgunaan kekuasaan maupun kekuatan, untuk menunjukkan kelebihan serta ditujukan untuk menyakiti pihak lain dan dilakukan secara berulang dapat dikategorikan dalam tindakan *bullying*. Tindakan *bulying* di lingkungan militer disebut dengan *military bullying* sesuai dengan tempatnya.

7) Internet (*Cyber Bullying*).

Bullying yang dilakukan melalui media elektronik di dunia maya disebut *cyber bullying*. Fenomena *cyber bullying* marak terjadi karena sifatnya yang tidak berinteraksi langsung dengan korban, dan pelaku dapat menyembunyikan identitasnya. Pelaku juga dapat berperan menjadi orang lain bahkan menjadi beberapa orang. *Cyber bullying* ini berupa tindakan di mana satu pihak berusaha menyakiti korban melalui penyebaran berita buruk yang menjatuhkan harga diri korban di dunia maya.

Berdasarkan kategori tersebut jenis *bullying* kontak verbal langsung serta non verbal langsung digunakan sebagai acuan konsep perancangan *motion graphic*, dengan latar belakang *bullying* di sekolah sesuai dengan pembahasan.

2. Media Elektronik Sebagai Media Kampanye.

Media elektronik sudah tidak asing lagi dengan kehidupan manusia, manusia modern hidup berdampingan bahkan ketergantungan dengan barang elektronik. Benda elektronik terdiri dari berbagai macam jenis, tidak terbatas hanya sebagai alat untuk mempermudah pekerjaan manusia. Seiring dengan kemajuan zaman dan meningkatnya kebutuhan manusia, benda elektronik berkembang menjadi berbagai macam media komunikasi serta media informasi. Macam – macam benda elektronik yang digunakan sebagai media komunikasi dan informasi seperti hp (*hand phone*), laptop, televisi, radio, serta videotron. Videotron merupakan

media informasi elektronik yang biasanya sengaja ditempatkan di beberapa tempat umum, biasanya berisi tentang layanan masyarakat dan iklan produk. Hp (*hand phone*) merupakan media elektronik yang paling populer disegala jenis kalangan dan usia, mulai dari anak kecil hingga orang tua. Sifatnya yang praktis serta terjangkau dengan berbagai tingkatan spesifikasinya, membuat hp lebih digemari dari pada benda elektronik lainnya.

Internet merupakan komponen pendukung media elektronik, yang tengah populer di kalangan masyarakat. Mengingat penggunaan internet sendiri harus menggunakan media elektronik, selain itu internet sendiri merupakan penunjang dalam mengakses segala informasi. Dengan adanya jaringan internet manusia semakin dimanjakan dengan berbagai kemudahan dalam berkomunikasi, maupun memperoleh informasi dari berbagai penjuru dunia. Manusia modern lebih banyak menaruh perhatiannya ke media elektronik, dibandingkan dengan lingkungan sekitar. Melalui media sosial serta jaringan internet yang menunjang, semakin banyak pula hal baru yang mereka temui. Dibeberapa tempat umum seperti taman, pusat perbelanjaan, tempat makan, bahkan tempat beribadah, telah disediakan jaringan internet atau *wifi* secara gratis untuk menarik perhatian pengunjung. Jaringan internet tidak hanya disediakan ditempat umum, namun diruang lingkup pendidikan juga menyediakan jaringan internet sebagai penunjang pendidikan. Banyak informasi positif maupun negatif bertebaran di internet, dan dapat dengan mudah diakses

oleh siapapun. Oleh karena itu media elektronik dirasa cocok digunakan sebagai tempat publikasi kampanye anti *school bullying*, karena sifatnya yang praktis dan dapat diakses oleh siapa saja serta mudah ditemui dimana saja.

a. Media.

Media promosi digolongkan kedalam dua jenis, yaitu promosi media lini atas (*above the line*) dan media lini bawah (*below the line*). Promosi *above the line* memiliki sifat terbatas dan tidak langsung mengenai *audience* yang meliputi iklan televisi, radio, koran dan internet, sedangkan *below the line* adalah promosi yang bersifat jangka pendek dan bertujuan merangkul *audience* contohnya meliputi penyelenggaraan pameran, pemberian hadiah promosi, maupun pelaksanaan festival. (Jefkins, 1997 : 86).

1) Lini atas.

Media lini atas (*above te line*) cenderung menggunakan metode media elektronik, yang memiliki sifat terbatas dan tidak langsung mengenai target. Iklan televisi, iklan internet seperti media sosial dan web serta radio merupakan jenis promosi media lini atas, namun tidak semua promosi media lini atas menggunakan media ektronik. Koran dan majalah merupakan bentuk media cetak dari promosi lini atas, media lain dari pengaplikasian dapat berupa media luar ruang yang meliputi papan reklame, baliho, *banner*, serta *billboard*.

2) Lini bawah.

Berbeda dengan media lini atas, media promosi lini bawah (*below the line*) memiliki sifat jangka pendek yang tujuan merangkul konsumen secara langsung agar konsumen menyadari keberadaan produk. Contoh promosi media lini bawah (*below the line*) meliputi program pemberian hadiah promosi kepada konsumen, *event*, pameran, dan lain sebagainya.

3. Kampanye.

Menurut Rogers dan Storey dalam jurnal (2014 : 12) kampanye adalah serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. (<http://library.binus.ac.id> diakses 11 Desember 2018, 13:00 WIB). Kegiatan kampanye dilakukan secara bertahap, dengan serangkaian kegiatan yang runtut dan menarik. Kegiatan kampanye yakni menawarkan program perbaikan dimasa mendatang, kemungkinan situasi yang berkembang yaitu memberikan gambaran situasi mengenai kemungkinan keadaan serta menggugah kesadaran. (Pawito, 2006 : 223).

4. Komponen Desain.

Sebuah desain dikatakan menarik karena faktor penampilan, seperti warna, tipografi, ilustrasi, ukuran atau tata letaknya. Maka komponen desain berperan penting terhadap hasil karya, namun tidak semua karya desain menampung semua komponen. Apabila semua komponen tampil

sama – sama kuatnya, hal tersebut tidak baik untuk penampilan desain. (Hendi Hendratman, 2015 : 33). Komponen desain yang pas dan tidak berlebihan apa bila digabungkan, akan menghasilkan karya yang menarik untuk dipandang. Berikut komponen - komponen yang ada dalam desain.

a. Garis.

Dalam dunia desain, garis didefinisikan kedalam dua jenis yang biasa diterapkan kedalam *software* desain. Garis yang biasa digunakan ke dalam gambar *bitmap* pada *adobe phothoshop*, didefinisikan sebagai gabungan dari beberapa titik yang berbaris memanjang. Sedangkan dalam *software* vektor seperti *adobe illustrator* dan *corel*, garis adalah penghubung antara 2 titik. Garis memiliki banyak karakter berdasarkan bentuknya, tiap jenis karakter garis memiliki kesan serta susasananya sendiri. Seperti karakter garis yang menghasilkan bentuk kotak dan lingkaran memiliki kesan yang berbeda, hal tersebut berperan penting dalam desain untuk menyampaikan pesan yang dituju. Ada beberapa jenis garis dengan pembawaan kesannya masing – masing, garis lurus sendiri dapat berupa horisontal yang memberi kesan tenang. Garis lurus vertikal memberikan kesan kekuatan dan kemegahan, garis lurus miring diagonal memberikan kesan yang tidak stabil serta sesuatu yang bergerak, dan yang terakhir garis melengkung memberi kesan keanggunan serta halus. (Hendi Hendratman, 2015 : 35).

b. Bentuk (*Shape*).

Bidang yang memiliki dimensi tinggi dan lebar, dapat berupa bentuk yang tidak beraturan maupun bentuk geometris. Contoh bentuk geometris seperti lingkaran, segitiga, kotak, dan lain sebagainya.

c. Warna.

Komponen lain yang berperan penting dalam desain ialah warna, warna berperan penting dalam menarik perhatian penonton. Penggunaan serta pengaturan warna yang tepat dapat mempengaruhi kualitas, kesan, citra, pembawaan, serta penafsiran orang yang melihat. Setiap warna memiliki kesannya sendiri yang berperan penting dalam pembawaan serta penyampaian pesan. Contohnya seperti warna merah yang memiliki kesan panas, berbanding terbalik dengan warna biru yang memiliki kesan dingin. Warna terdiri dari beberapa golongan yang pertama, golongan warna primer terdiri dari merah, kuning, dan biru. Kemudian ada golongan warna sekunder tercipta dari penggabungan dua warna primer dengan komposisi tertentu sehingga menghasilkan jenis warna baru. Sedangkan untuk warna dalam dunia komputer, terdapat dua tipe warna utama yaitu *additive color* (RGB) dan *subtractive color* (CMYK). *Additive color* terdiri dari warna *red* , *green*, *blue* (RGB) tiga warna tersebut apabila dimaksimalkan intensitasnya akan menjadi warna putih, begitu pula sebaliknya apabila intensitasnya di minimalkan sampai batas akhir akan menjadi warna hitam. CMYK adalah kepanjangan dari *cyan* (biru muda), *magenta* (

merah), *yellow* (kuning), dan *black* (hitam). Dalam warna juga terdapat dimensi *value*, yaitu dimensi gelap terangnya warna sehingga menghasilkan warna yang lebih muda maupun lebih gelap. Warna RGB dipergunakan jika gambar yang dibuat akan ditampilkan sebagai *display* dilayar monitor misalnya desain *web page*, untuk warna CMYK biasanya juga dipergunakan dalam proses pencetakan *offset* maupun printer komputer. (Adi Kusrianto, 2007 : 50 – 51).

Menurut Waikins (2001) dalam Sarwo Nugroho (2015 : 59) karakter warna adalah untuk warna – warna murni (warna pelangi), sedangkan jika warna berubah muda atau tua menjadi redup maka karakternya akan berubah. Sarwo Nugroho (59 – 65) menyatakan, tiap warna memiliki karakter dan simbolisasi warna sendiri.

No.	Warna.	Makna
1.	Hijau.	Pertumbuhan, pembaruan, keseimbangan, harmoni, lingkungan, kesegaran, keabadian, kesucian, dan kehidupan baru.
2.	Biru.	Kesetiaan, kekuatan, keramahan, rasa cinta, kekuasaan, perdamaian, kesegaran, kesejukan, dan ketenangan.
3.	Merah.	Kekuatan, kebahagiaan, kemakmuran, keberuntungan , harapan, kedamaian, kemakmuran, keberhasilan, semangat hidup, dan penuh pengalaman.

4.	Kuning.	Kebahagiaan, ceria, harapan, perubahan, relaksasi, kebahagiaan dan rasa humor yang tinggi
5.	Pink.	Lembut, rasa cinta, rasa romantis, kejenuhan, dan kasih sayang.
6.	Orange.	Kehangatan, energi, semangat muda, dan sesuatu yang menarik.
7.	Ungu.	Keagungan, ketegangan, daya tarik tinggi, kebanggaan, kebangsawanan, kepribadian, kehalusan budi bahasa, kesuksesan, kegenitan, keromantisan, kelembutan, dan kegembiraan.
8.	Coklat.	Kesederhanaan, kesehatan, alam, kesetiaan, keramahan, rasa hangat, kepercayaan, ketenangan, semangat, kesopanan, dan kegairahan.
9.	Hitam.	Serius, misterius, seksi, luar biasa, keharmonisan, spiritual, dan harga diri.
10.	Emas.	Kekayaan, kemakmuran, kecerahan, keceriaan, kemegahan, kegembiraan, kebahagiaan, dan keseriusan.
11.	Abu – abu.	Keseimbangan, keeleganan, konservatif, jarang membangkitkan emosi, murung, kekuatan, misterius,
12.	Putih.	Kebersihan, kesucian, kelembutan, senang, harapan, kemurnian, keluguan, kebersihan, spiritual, pemaaf, cinta suci, terang, kebangsaan,

		dan ketuhanan.
13.	Perak.	Kemewahan, kemuliaan, keseriusan, glamor, dan mempesona

Tabel 1. Makna Warna
(Sumber : Ranny Rastiati, 2008: 20)

d. Ilustrasi.

Konsep hasil pemikiran atau berupa tulisan, yang di visualisasikan kedalam gambar membentuk suatu objek tertentu. Teknik ilustrasi digunakan untuk menarik perhatian lebih orang yang melihat, bentuk visual dianggap lebih bisa menafsirkan sebuah pesan.

e. Teks (*typography*).

Teks adalah kata – kata yang berupa tulisan, dalam dunia desain seni huruf dikenal dengan istilah tipografi. Tipografi merupakan teknik yang digunakan untuk menciptakan kesan tertentu pada teks dan mewakili pesan yang terkandung dalam teks. Jenis huruf yang akan digunakan nantinya jenis huruf *slab serif* yang tebal, untuk menyampaikan suatu penekanan dalam kalimat.

5. Prinsip Desain.

Desain tidak selalu harus mengandung semua komponen yang ada, mungkin hanya salah satu komponen saja yang diprioritaskan untuk mencapai hasil yang memuaskan dan dapat menarik perhatian khalayak. Namun desain yang mengandung banyak komponen apabila diolah sesuai takaran dan seimbang dapat menjadi desain yang menarik. Komponen desain yang pas harus memenuhi prinsip desain agar hasil yang didapat

lebih menarik. Sebelum desain selesai, komponen desain yang digabungkan harus melalui proses *edit*, diberi efek, *retouching*, dan lain sebagainya. (Hendi Hendratman, 2015 : 33). Berikut prinsip – prinsip dalam desain.

a. Keseimbangan (*Balance*).

Keseimbangan ini merupakan salah satu prinsip penting yang harus dipahami. Keseimbangan tidak harus memiliki jumlah dan bentuk yang sama, namun nilai yang terkandung memiliki keselarasan dan dapat menyatu. Desain yang unik dapat menarik perhatian masyarakat, sedangkan definisi dari keseimbangan desain sendiri terbagi kedalam beberapa jenis yaitu.

1) Simetris.

Komponen desain yang seakan dicerminkan cenderung mudah ditangkap mata, namun terkesan membosankan. Bentuk yang sama untuk beberapa objek secara berulang atau bentuk refleksi berulang memiliki kesan desain yang formal dan monoton.

2) Asimetris.

Asimetris berarti tidak simetris, di mana keseimbangan asimetris disusun tidak seperti cermin yang memiliki bentuk dan keseimbangan sama antar satu sama lain. Komposisi asimetris disusun abstrak dan yang tidak memvisualisasikan antar satu dengan yang lain, namun tetap memperhatikan keindahan serta terkesan informal dan berani.

3) Radial.

Visual dari keseimbangan radial mudah ditangkap oleh mata, karena sifatnya yang memusat seolah titik perhatian dituntun ke tengah.

4) Irama / Urutan (*Sequence / Rhythm*).

Menurut Hendi Hendratman (2015 : 52) irama adalah pola tertentu atau pengulangan dan variasi dari komponen desain grafis yang membentuk urutan, pola atau *pattern* tertentu sehingga menarik dan mudah dilihat. Dalam desain grafis ada beberapa jenis pengulangan yaitu regular, mengalir, berproses atau gradual dalam dunia animasi disebut dengan *morphing*.

5) Penekanan (*Focus*).

Setiap desain tentunya memiliki pesan yang terkandung didalamnya karena tidak semua komponen dalam satu desain memiliki peran penting, maka perlu adanya penekanan fokus desain pada satu titik utama kemudian berlanjut kekomponen lainnya.

b. Kontras.

Dalam kamus besar bahasa Indonesia kontras memiliki arti memperlihatkan perbedaan yang nyata apabila dibandingkan. (<https://kbbi.kemendikbud.go.id>, diakses 27 Desember 2018, 09:00 WIB). Suatu objek dapat dikatakan kontras jika disandingkan dengan objek lain yang memiliki karakter serta ciri khas yang jauh berbeda.

Ciri khas yang berbeda misalkan kontras warna, bentuk, garis tebal dan tipis, maupun ukuran yang berbanding terbalik dengan objek yang dijadikan sebagai pembandingan.

c. Skala dan Proporsi.

Ukuran skala dipakai untuk mengukur perubahan ukuran suatu objek. Untuk proporsi dalam desain grafis, objek yang digandakan maupun mengalami perubahan posisi sering kali mengalami perubahan ukuran dengan proporsi yang tidak sesuai. Perubahan proporsi seperti gambar yang ditarik terlalu lebar maupun terlalu panjang, berdampak pada proporsi objek yang berubah tidak sesuai sebenarnya. Perubahan proporsi gambar pada animasi kerap kali digunakan untuk memberi kesan objek menjauh dengan ukuran kecil, dan objek gambar dengan ukuran yang dibesarkan seolah mendekat.

d. Kesatuan (*Unity*).

Agar mendapatkan hasil desain yang menarik, tiap komponen desain dibuat serasi dan memiliki keselarasan menjadi satu kesatuan yang utuh.

6. *Flat Design*.

Flat design terdiri dari dua kata *flat* dan *design* yang berarti desain datar, dimana desain yang digunakan menghilangkan atau tidak menggunakan gradasi warna, tekstur dan lain sebagainya yang memberikan kesan kedalaman maupun dimensi pada objek. Prinsip *flat design* yaitu minimalis menyederhanakan bentuk aslinya dengan

menghilangkan penggunaan bayangan, *bevel*, tekstur, dan berfokus pada penggunaan *solid color*, tipografi, serta elemen yang lebih sederhana namun bukan berarti tidak menggunakan efek sama sekali. (Anindita dan Ryanti, 2016 : 1). Karena gaya *flat design* yang terkesan lebih sederhana dan minimalis dengan penggunaan efek yang sedikit, menjadikan ukuran file *flat design* menjadi lebih ringan. Karena alasan itu pula *flat design* banyak digunakan pada sistem operasi (OS) komputer, seluler, serta web. *Flat design* yang pertama muncul pada seluler Windows Phone 7 ditahun 2010 dan menjadi populer, dua tahun kemudian muncul pada komputer Windows 8 serta berkembang semakin populer dikalangan para desainer grafis (Ivan Burmistov dkk, 2015 : 106). *Flat design* yang akan dirancang nantinya berupa visual cerita tentang *bullying*, dengan penyederhanaan bentuk dan warna yang tidak terlalu banyak hanya menggunakan warna yang akan dikonsep nantinya.

7. *Motion Graphic.*

Sesuai dengan namanya yaitu *motion graphic* yang terdiri dari kata *motion* dalam bahasa Inggris yang berarti bergerak atau gerakan, serta *graphic* atau grafis yang memiliki definisi suatu bentuk berupa visual. Seni visual berupa gambar ilustrasi, fotografi, videografi, dan tipografi yang digabungkan dan digerakkan dengan teknik animasi. Menurut ahli teori perfilman Michael Betancourt (2012) sebagaimana yang dikutip dalam Iman Satriaputra Sukarno (2014; 2) *motion graphic* adalah media yang menggunakan rekaman video atau teknologi animasi untuk

menciptakan ilusi gerak dan biasanya dikombinasikan dengan audio untuk digunakan dalam sebuah *output* multimedia. Desain adalah sebuah visual yang dibuat menarik dengan berbagai komponen yang terkandung di dalamnya. Bentuk visual sendiri memungkinkan kita mencerna secara lebih efisien dan memudahkan pemahaman, sebuah studi terbaru dari University of Saskatchewan mengatakan bahwa pemirsa lebih menyukai penggunaan ilustrasi dalam representasi visual. (Jason Lankow, 2014 : 42). *Motion graphic* digunakan sebagai media menyampaikan pesan berupa desain yang digerakkan sebagai tambahan daya tariknya.

Grafis bergerak memiliki keistimewaan, utamanya jika ada suara latar belakang, orang dapat duduk dan menikmati narasi yang disajikan kepada mereka. Mereka tidak perlu aktif memilih informasi mana yang akan mereka simak. (Jason Lankow, 2014 : 74). Grafis bergerak memiliki alur dan waktu dalam penerapannya, sehingga konsumen akan dituntun dengan materi yang bertahap. Materi maupun konsep cerita biasanya memiliki awalan yang ringan sebagai tahap awal pengenalan konsep kepada konsumen, setelah melewati bagian yang ringan konsumen akan dituntun secara perlahan menuju inti serta maksud pesan dari cerita. Konsep materi yang bertahap memudahkan konsumen memahami maksud pesan yang terkandung, ditambah dengan bentuk visual yang dibuat bergerak menambah daya tarik agar konsumen tidak merasa bosan. Menurut Gata Mahardika seorang *illustrator* dan *film maker* Studio Ruci, waktu 15 detik pertama pada tayangan *motion graphic* adalah pertarungan

hidup dan matinya suatu karya untuk mengambil hati calon konsumen. (<http://ditpui.ugm.ac.id> diakses 11 Desember 2018, 10:00 WIB). Perancangan *motion graphic* nantinya berupa desain ilustrasi yang digerakkan dengan teknik animasi, serta ditambah dengan audio berupa narasi cerita sesuai alur di dalamnya.

8. Prinsip Animasi.

Pembuatan video *motion graphic* dalam pergerakannya juga menerapkan beberapa prinsip animasi, dalam Lightfoot di buku *illusion of life* karya Frank Thomas dan Olli Jhonston (dalam Ranang dkk 2010 : 64 – 71) ada 12 prinsip dasar animasi sebagai berikut.

a. Mengkerut dan merenggang (*squash and stretch*).

Pada prinsip ini memberikan kesan volume pada karakter sekaligus lentur, contohnya seperti bola yang memantul mengalami perubahan proporsi gambar mengkerut dan merenggang membuatnya terlihat fleksibel.

b. Ancang Ancang (*Anticipation*).

Gerakan ancap – ancap merupakan gerakan pendahuluan yang dilakukan oleh objek tersebut, misalnya ketika seorang karakter ingin lari ia mengambil ancap – ancap gerakan mundur sebelum berlari maju.

c. Sajian (*Staging*).

Gerakan satu aksi karakter secara jelas kepada penonton walau tidak bergerak objek perlu mendapatkan perhatian penonton terlebih dahulu.

- d. Gerak Berkelanjutan (*Straight Ahead Action* dan *Pose to Pose*).

Straight ahead animation diawali pada gambar pertama dan berlanjut kegambar selanjutnya. Untuk gerakan *pose to pose* melalui gerakan kunci atau *keyframe* gerakan kunci digunakan sebagai patokan gerakan pada beberapa titik yang kemudian antara *keyframe* di isi dengan pose pelengkap agar gerakan menjadi halus.

- e. Gerakan Penutup Sebelum Diam (*Follow Through* dan *Overlapping Action*).

Gerakan ketika karakter bergerak sementara rambut dan bagian tubuh lainnya menyusul bergerak mengikuti arah pergerakan karakter.

- f. Gerakan Melambat (*Slow In Slow Out*).

Gerakan ini digunakan untuk memperlembut aksi, seperti gambar yang lebih banyak dan rapat diawal untuk gerakan yang lambat dan gambar yang sedikit di akhir untuk gerakan yang cepat.

- g. Gerakan Lengkungan (*Arcs*).

Gerakan melengung ini membuat gerak animasi terlihat lebih natural dan luwes, logika gerakan lengkung seperti gerakan ayunan sebuah pendulum yang bergerak seolah berada di alur gerakan yang melengkung.

- h. Gerakan Pelengkap (*Secondary Action*).

Gerakan pelengkap ini sebagai tambahan, contohnya ketika karakter berjalan gerakan tangan melambai sebagai tambahan pelengkap.

i. Waktu (*Timing*).

Ketepatan pemilihan waktu dalam mengatur pergerakan, seperti halnya gambar yang terlihat halus terdiri dari banyak gambar begitu pula sebaliknya.

j. Melebih Lebihkan (*Exageration*).

Upaya melebih – lebihkan pada gerakan maupun gambar, gerakan ini memeberikan kesan lebih menarik pada film animasi.

Melalui beberapa prinsip animasi tersebut, tidak semua prinsip nantinya akan diterapkan pada pembuatan *motion graphic*. Hanya beberapa prinsip yang nantinya akan diterapkan seperti *squash and stretch* saat karakter bergerak atau menunjukkan ekspresi, *staging* untuk pembukaan *motion*, dan *arcs* gerakan melengkung yang akan dimasukkan kedalam beberapa adegan dalam *motion graphic*.

9. Konsep Pendekatan.

Menurut Chris Lie seorang komikus asal Surakarta menuliskan dalam artikelnya bahwa didunia penceritaan baik komik, novel, maupun film ada dua pendekatan yang dilakukan dalam membuatnya. Yang pertama yaitu pendekatan lebih mengutamakan cerita, dan pendekatan yang kedua lebih mengutamakan karakter. (www.kaskus.co.id, diakses pada tanggal 29 November 2018, 16:00 WIB). Konsep cerita yang lemah, biasanya lebih menekankan pada pendekatan karakter atau visualisasi yang lebih matang sebagai daya tarik dan penyeimbang konsep. Begitu pula sebaliknya konsep cerita yang matang dan menarik tidak terlalu

menekankan pada visual karakter, karena konsep cerita yang menarik cukup mampu menarik perhatian konsumen.

10. Video *Motion Graphic* Sebagai Media Kampanye Anti *School Bullying*.

Seseorang yang menjadi target bisa terpengaruh saat pesan yang disampaikan oleh iklan tersebut sesuai dengan kebutuhannya, atau sekedar sama dengan pandangannya, atau hal lain yang bisa menjadi solusi dari permasalahan seseorang seperti halnya kampanye anti rokok, anti narkoba, iklan adalah hal penting karena pesan tersebut membutuhkan perubahan perilaku. (Zein Mufarrih, 2015: 3). Sesuai dengan pembahasan sebelumnya tentang fenomena *bullying* khususnya di lingkungan pendidikan serta berkembangnya kemajuan teknologi yang semakin canggih, media elektronik dinilai efektif sebagai media kampanye karena sifatnya yang dekat dengan kehidupan manusia. Akses internet, pemberitaan, maupun iklan di media sosial sangat sering dijumpai meski tanpa niatan tujuan untuk mengasesnya. Internet biasanya akan merekomendasikan berita yang baru secara otomatis ke laman pengguna internet. Di zaman yang modern ini pengguna aktif internet mencakup semua kalangan, internet bisa digunakan dengan berbagai macam jenis media elektronik seperti *smart phone*. Hampir semua kalangan memiliki *smart phone* mulai dari anak kecil hingga orang dewasa. Sedangkan di sisi lain sekolah atau lembaga kependidikan sekarang sudah menyediakan jaringan internet lengkap beserta peralatannya, bertujuan sebagai media belajar serta untuk mempermudah anak didik mereka mengakses informasi

sebagai tambahan ilmu. Target utama dari *motion graphic* anti *school bullying* ini adalah anak usia sekolah sesuai dengan judulnya, dimana mereka sebagai pelaku langsung dari fenomena *school bullying* tersebut. Penyajian materi dalam menyampaikan pesan kepada anak – anak, berbeda dengan materi untuk orang dewasa. Materi yang berat dan serius akan cepat membuat anak menjadi bosan, dan tidak memiliki minat untuk memperhatikan teori dengan lebih seksama. Kurangnya ketertarikan, membuat pembelajaran yang disampaikan menjadi sia – sia.

Materi kampanye tentang *bullying* terutama *school bullying* pastinya sudah sering mereka jumpai, dengan berbagai versi sebelumnya. Maka diperlukan metode yang berbeda untuk menumbuhkan minat kepada para siswa, dengan media elektronik *motion graphic* kampanye anti *school bullying*. *Motion graphic* dinilai cocok digunakan sebagai media kampanye, karena formatnya yang simpel dan mudah diakses dimana saja. Media kampanye dengan *motion graphic* tidak harus diakses menggunakan internet, video *motion graphic* juga bisa ditayangkan di televisi serta media elektronik lainnya seperti videotron. Media elektronik seperti videotron biasanya ditempatkan di tempat umum dan mudah dilihat oleh pengguna jalan, terlebih sifat dari *motion graphic* dengan visual sebagai daya tariknya lebih mudah untuk menarik perhatian khalayak. Bentuk yang simpel serta alur cerita yang bertahap menuntun penonton untuk memahami maksud pesan yang disampaikan, dan lebih memahaminya dengan bantuan visual tanpa harus berfikir lebih keras.

H. Metode Penciptaan.

Metode yang digunakan dalam proses pembuatan *motion graphic* ini perlu melalui beberapa proses sebelum masuk pada teknik perancangan maka diperlukan pengumpulan data terlebih dahulu, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode data primer dan skunder.

1. Data primer.

Data primer yaitu data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer data yang dilakukan dari hasil observasi dan wawancara. (Sugiyono, 2016 : 62). Untuk data ini perlu dilakukan wawancara secara langsung kepada beberapa pihak yang berkepentingan, seperti wawancara dengan Dinas Pendidikan serta guru BK terkait kasus *bullying* di sekolah.

2. Data skunder.

Data skunder ini ialah data yang diperoleh secara tidak langsung seperti berupa catatan pengaduan maupun data bukti yang telah ada. Metode kepustakaan merupakan sarana bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca surat-surat, pengumuman, iktisar rapat, pernyataan tertulis atas kebijakan tertentu serta bahan-bahan tulisan yang lain. (Sarwono dan Lubis, 2007 : 102). Dalam hal ini pengumpulan data diperoleh melalui web resmi KPAI, artikel, jurnal dan beberapa buku sebagai sumber.

a. Analisis SWOT.

Analisis SWOT digunakan untuk menilai dan menilai ulang suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan risiko yang timbul. (Sarwono dan Lubis, 2007:102). Analisis ini meninjau dari berbagai kemungkinan yang diperkirakan jika perancangan tersebut direalisasikan, dengan cara mengoptimalkan sisi positif yang menjadi keunggulan serta meminimalisir sisi negatif yang berpotensi menghambat dalam realisasi. Urutan analisis yang dilakukan sesuai dengan singkatan dari SWOT yang terdiri dari faktor *internal* yaitu *strength* (kekuatan) sisi keunggulan dari video yang akan direalisasikan, kemudian *weakness* (kelemahan) menganalisis tentang kekurangan yang nantinya terjadi dan berusaha meminimalisir hal tersebut, serta faktor *eksternal* *opportunity* (peluang) tentang perkiraan peluang apa yang dapat diambil, dan yang terakhir *threat* (ancaman) peluang ancaman dari pihak lain dengan rancangan yang serupa dan dengan gaya desain yang terbaru.

b. Metode perancangan.

Perancangan kampanye anti *bullying* ini nantinya akan berbentuk video *motion graphic*, video yang dilengkapi dengan audio VO (*voice over*) untuk mempermudah penyampaian informasi. Jenis karakter yang akan digunakan nantinya adalah *flat design* bergaya vektor, dengan visualisasi simbolis seperti bentuk karakter manusia

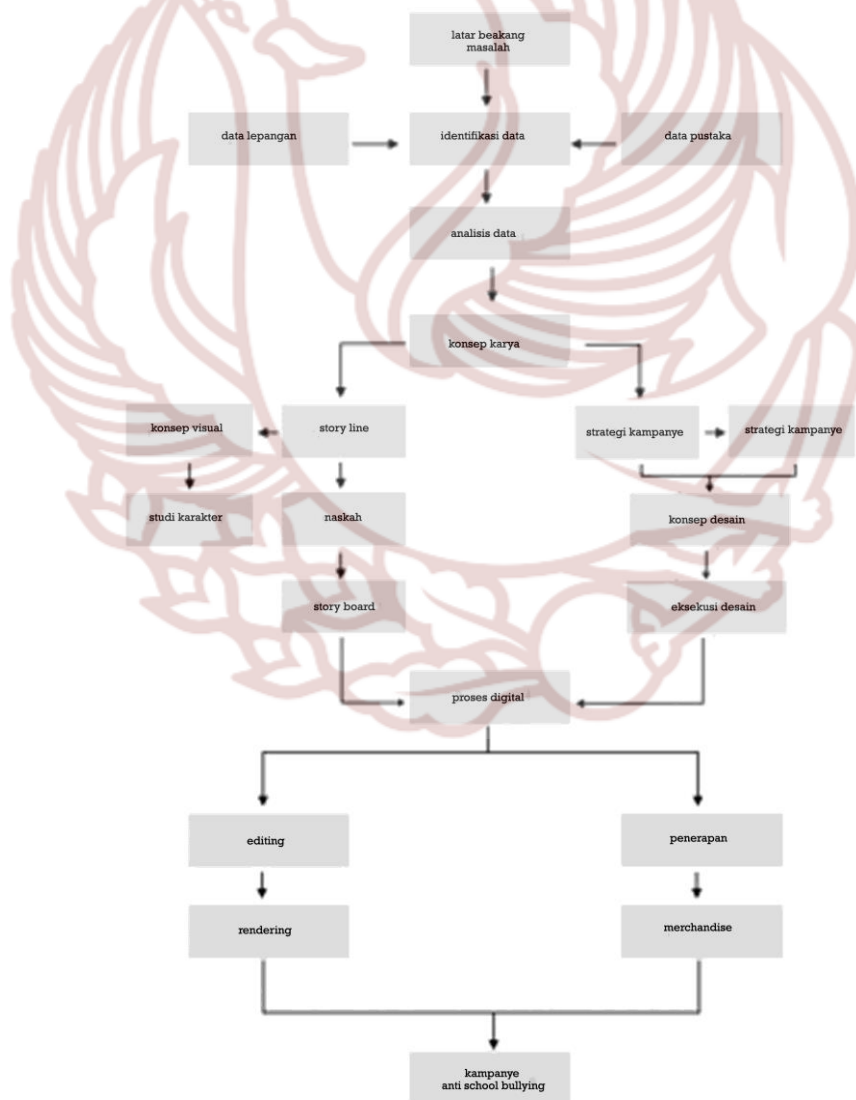
yang dibuat sederhana namun tetap menggambarkan ciri khas manusia. Kampanye anti *school bullying* ini akan dikemas dalam video *motion graphic* berdurasi pendek yang menceritakan bagaimana dampak dari *bullying* di sekolah terhadap korban, dan cara mengatasinya. Dalam proses pengerjaannya karya ini akan dibagi menjadi 3 tahap yakni, pra produksi, produksi, serta pasca produksi. Pra produksi adalah tahap dimana kita mengerjakan semua pekerjaan dan aktivitas sebelum karya diproduksi secara nyata, produksi merupakan tahap dimana karya dibuat dan diproduksi melalui proses yang sudah ditentukan, sedangkan pasca produksi adalah periode setelah pembuatan karya. (Suyanto, 2005 : 172 -176).

Pada tahap pra produksi akan dirancang konsep mulai dari gaya visual dalam karya nanti, alur cerita, hingga *story board*. Untuk proses kedua yaitu produksi mulai dimulai dari penggambaran unsur desain, hingga proses *digital* dengan menggunakan *adobe illustrator* dalam proses pembuatan karakter dan media pendukung. Hingga proses terakhir yaitu pasca produksi yakni pengisian suara, *edit* video, hingga proses *render* menjadi file video. Kampanye ini nantinya akan ditayangkan di beberapa media videotron, media sosial, beberapa media cetak lainnya, dan pameran tugas akhir. Setelah proses pengerjaan video selesai tahapan lain yang diperlukan sebagai media penunjang kampanye ini ialah perancangan media promosi pendukung

nantinya akan berupa *merchandise* seperti pembatas buku, poster, *leaflet*, *x banner*, dan lain sebagainya.

I. Skematika Perancangan.

Skematika perancangan bertujuan untuk memudahkan dalam proses pengerjaan sesuai dengan alur yang telah dibuat dalam skematika. Skematika berisi tentang alur kerja yang telah diurutkan sesuai dengan kebutuhan karya yang akan dibuat nantinya.



Gambar 3. Skematika Perancangan
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

J. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan. Bagian ini memuat latar belakang, rumusan ide penciptaan, tujuan dan manfaat penciptaan, tinjauan sumber penciptaan, konsep penciptaan, metode penciptaan, dan sistematika penulisan.

Bab II membahas mengenai apa yang telah dilakukan pengkarya dalam proses kreatifnya, mulai dari ide atau gagasan sampai pada karya selesai. Memaparkan data yang telah dikumpulkan serta mengolahnya menjadi konsep kreatif sesuai dengan tema.

Bab III berisikan deskripsi karya yang telah dihasilkan dan pembahasannya. Hasil karya tidak hanya dipaparkan secara deskriptif tetapi juga dianalisis, dibahas, dan didiskusikan dengan mengkaitkan pada tujuan awal penciptaan (ide/gagasan), landasan penciptaan, dan proses kreatifnya.

Bab IV memuat tentang hasil karya yang telah diaplikasikan kedalam beberapa media, pengaplikasian karya merupakan hasil realisasi dari perancangan konsep dari bab sebelumnya.

Bab V mencakup kesimpulan dan saran dari laporan tugas akhir ini. Kesimpulan merupakan uraian singkat, yang disarikan secara tepat dari hasil karya dan pembahasan. Saran atau catatan dibuat berdasarkan pengalaman dan pertimbangan ditujukan kepada para mahasiswa, praktisi seni, desain, dan media rekam, atau masyarakat.

BAB II

IDENTIFIKASI DATA

A. Maraknya *Bullying*.

Fenomena *bullying* banyak terjadi di berbagai tempat dengan berbagai jenis keadaan, banyak kasus perundungan yang menjadi bahasan di beberapa media sosial. Contoh kasus perundungan yang tengah menjadi topik perbincangan di dunia maya, yaitu munculnya tagar *justice for audrey*. Dimana Audrey ialah seorang remaja SMP asal Pontianak yang menjadi korban kekerasan oleh 12 siswi SMA, permasalahan muncul karena kedua belah pihak saling ejek di sosial media. Namun dengan munculnya tagar tersebut bukan berarti permasalahan yang dialami Audrey dapat selesai, banyaknya pengguna dunia maya yang ikut merespon tagar tersebut dengan menyalahkan pelaku malah menimbulkan masalah baru. Secara tidak langsung para pengguna sosial media tersebut menjadi pelaku *bullying* di dunia maya atau *cyberbullying*.

Kasus berikutnya yang dialami oleh Bowo remaja kelas 2 SMP asal Bintaro, Tangerang *dibully* karena videonya bermain aplikasi tiktok menjadi viral dan mengadakan *meet and greet*. Berawal dari hal tersebut banyak hujatan yang ia terima, terutama disekolah hingga ia keluar dari sekolah dan lebih memilih untuk *home schooling* (www.liputan6.com diakses tanggal 3 Maret 2019, 13.00 WIB). Di sisi lain beberapa kota di Indonesia mulai menjalankan program pemerintah yaitu *full day school*. Dimana program pemerintah *full day school* sempat disebut sebagai salah satu pemicu

bertambahnya kasus *bullying* terutama di sekolah. Asrorun Ni'am Sholeh selaku ketua Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) menyatakan program *full day school* dengan perpanjangan waktu di sekolah, memungkinkan siswa terganggu psikologisnya dan melakukan tindakan *bullying*. (www.liputan6.com , diakses 21 Desember 2018, 14:25 WIB). Namun sesuai data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan ibu Alik Suharyani selaku perwakilan dari Dinas Pendidikan kota Batu pada tanggal 19 September 2018, ditambah pernyataan dari ibu Chusnanik Mafidah seorang guru BK pada tanggal 25 September 2018. *Full day school* bukan alasan utama dari kasus *bullying*, sebelum diberlakukan program tersebut kasus *bullying* di sekolah memang sudah menjadi permasalahan dari generasi kegenerasi. Sedangkan *bullying* di lingkungan sekolah sendiri tidak hanya murid dengan murid saja, melainkan murid kepada guru, maupun dari guru kepada murid kemungkinan juga dapat terjadi.

Pihak lembaga kependidikan selalu berupaya memberantas kasus *bullying* di lingkungan sekolah, dengan menciptakan sekolah ramah anak dan melakukan beberapa penyuluhan kepada siswa maupun guru. Dinas Pendidikan melakukan upaya dengan pendidikan karakter kepada para guru secara rutin dalam jangka waktu tertentu. Dinas Pendidikan biasanya mendatangkan psikolog untuk memberikan solusi kepada para guru yang mengalami kesulitan dalam menghadapi siswanya, serta memberikan masukan lain perihal mendidik anak. Fenomena *bullying* pada anak di sekolah berdampak pada menurunnya kualitas belajar di sekolah. Hasil wawancara

dengan ibu Chusnanik Mafidah selaku guru BK di 2 sekolah sekaligus, *bullying* secara verbal seperti umpatan, memanggil nama orang tua, memaki dengan nama binatang paling sering ditemui dan hal tersebut dirasa sudah menjadi masalah yang terjadi di semua tempat. Dalam perkumpulan guru BK SMP / Mts sering membahas masalah dengan persoalan yang sama seperti hal tersebut, kebanyakan korban merasa takut untuk melapor karena takut pihak pelaku akan semakin menindasnya apabila mendapat teguran dari guru. Latar belakang keluarga juga berpengaruh terhadap perilaku anak di lingkungan sekolah, keluarga berperan penting dalam pembentukan karakter seorang anak. Sebagian besar anak yang bermasalah berasal dari keluarga yang tidak harmonis, kurangnya perhatian orang tua kepada anak membuat mereka cenderung menjadi anak yang suka memberontak di sekolah. Anak berperilaku kasar di lingkungan sekolah maupun di luar, karena ia memang biasa diperlakukan kasar oleh orang tuanya. Sehingga kebanyakan pelaku *bullying* tidak sadar melakukan tindakan *bullying*, mereka melakukan hal tersebut hanya karena rasa iseng dan senang.

Selain itu pada usia remaja cenderung memiliki emosi yang labil, seringkali terjadi perselisihan karena hal – hal sepele. Karakter yang emosional kebanyakan menjadi pelaku *bullying*, sedangkan sebaliknya karakter yang sensitif menjadi korban dengan kondisi yang mudah *down*. Dampak dari fenomena *bullying* sangat rawan dikalangan remaja, kepribadian remaja belum mencapai kematangan ditandai dengan sifat keragu-raguan, kurang percaya diri atau harga diri rendah, serta kurang mampu mengontrol

emosi dan perilaku. Keadaan ini memungkinkan remaja untuk mudah dipengaruhi hal-hal positif maupun negatif. (Singgih D. Gunarsa, 2004 : 199).

Sebagai upaya menanggulangi tindakan *bullying* di sekolah, pihak sekolah mengundang Bhayangkara Pembina Keamanan dan Ketertiban Masyarakat (BHABINKAMTIBNAS) untuk memberikan penyuluhan kepada para siswa tentang kedisiplinan, kekerasan, toleransi, dan kerja sama. Sedangkan pihak sekolah sendiri juga melakukan bimbingan rutin kepada siswanya tiap minggu dengan guru BK, namun karena materi yang disampaikan monoton dengan cara penyampaian yang seadanya. Hal tersebut membuat siswa menjadi bosan, dan menganggap enteng materi yang disampaikan. Para siswa menganggap hal tersebut bukan masalah yang harus dipeributkan, mereka menganggap sikap menindas teman lain bukanlah hal serius bahkan hanya untuk bercanda dan sekedar hiburan. Maka dari itu diperlukan cara kreatif untuk menarik perhatian, berani berbicara, serta menumbuhkan rasa kepedulian kepada sesama.

1. Ciri Pelaku *Bullying*.

- a) Suka mendominasi orang lain.
- b) Suka memanfaatkan orang lain.
- c) Hanya peduli pada keinginan dan kesenangan sendiri, bukan pada kebutuhan, hak – hak, dan perasaan orang lain.
- d) Cenderung melukai anak lain ketika tidak ada pengawasan dari orang tua atau orang dewasa.

- e) Tidak mau bertanggung jawab pada tindakannya.

2. Ciri Korban *Bullying*.

- a) Anak termuda di sekolah, biasanya lebih kecil, terkadang ketakutan, mungkin tidak terlindungi.
- b) Anak yang ras atau etnisnya dipandang *inferior* sehingga layak dihina.
- c) Anak yang gemuk atau kurus, pendek, dan jangkung.
- d) Anak yang memakai kawat gigi atau kacamata.
- e) Anak yang berjerawat atau memiliki masalah kondisi kulit lainnya.
- f) Anak yang memiliki ciri fisik yang berbeda dengan mayoritas anak lainnya.

Menurut catatan guru BK dalam Nurlailatul Masruroh dkk (2016:114) fakta yang ditemukan di lapangan menunjukkan bahwa pelaku *bullying* lebih dominan siswa laki - laki daripada perempuan. Sebaliknya siswa perempuan lebih banyak menjadi korban *bullying* dari pada laki – laki. Selain itu adanya hormon yang berbeda antara anak laki – laki dan perempuan memuat mereka memiliki perbedaan sifat yang cukup signifikan. Hormon androgen dapat membentuk gender laki – laki dengan berperilaku maskulin, yang membawa sifat sebagai seorang pria yaitu agresif, pemberani, dan percaya diri. Sedangkan hormon estrogen dapat membentuk gender perempuan dengan perilaku feminim yang membawa sifat seorang wanita, pemalu, sering menarik diri, penakut, lebih sering menangis, tidak percaya diri, dan tidak agresif. (Friedman, 2006) dalam Nurlailatul Masruroh dkk (2016 : 115)

B. Komunitas Anti *Bullying* sejenis.

1. Sudah Dong.

Sudah dong merupakan komunitas yang berdiri sejak Juli 2014 ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang dampak negatif *bullying*, terutama di sekolah dan di dunia *cyber*. Ada 3 program utama untuk mengurangi kasus *bullying* yaitu melalui pembelajaran memberikan ilmu pengetahuan tentang *bullying* serta dampak negatifnya, pembentukan komunitas, serta advokasi korban *bullying*. Dalam *website*-nya Sudah Dong menawarkan kepada para pengguna sosial media untuk ikut serta bergabung menjadi relawan memerangi *bullying*, dengan menyebarkan pengetahuan serta mendistribusikan buku panduan anti *bullying*. Selain itu Sudah Dong juga membuka forum diskusi yang menyediakan tempat bagi para korban *bullying* untuk saling berbagi pengalaman dan memecahkan permasalahan bersama.



Gambar 4. Logo Komunitas Sudah Dong.
(Sumber : sudahdong.com diakses 25 Desember 2018, 10:05 WIB)

a) Segmentasi.

Komunitas Sudah Dong aktif melakukan kegiatan memerangi kasus perundungan terutama di sekolah, dengan beberapa kegiatan yang diadakan di beberapa sekolah “Sudah Dong *Goes to School*”. Sejauh ini kasus *bullying* banyak dialami oleh anak – anak, terutama di

ruang lingkup pendidikan. Diharapkan kedepannya gerakan ini dapat membawa perubahan agar anak indonesia bisa mengekspresikan bakat dan belajar tanpa harus takut dan mengalami tekanan.

b) Media Promosi.

Sudah Dong merupakan komunitas berbasis media sosial dengan beberapa forum di dalamnya. Mengingat target *audience* Sudah Dong sendiri adalah usia anak – anak di mana tidak semua merupakan pengguna media elektronik, maka dari itu untuk menjangkaunya diperlukan metode kampanye yang dilaksanakan secara langsung.

(1) Kampanye *Online*.

Aktif bergerak di sosial media dengan menyebarkan informasi tentang bahaya *bullying* kepada masyarakat serta beberapa kampanye lain melalui media sosial seperti poster digital, forum diskusi, buku serta video interaktif.

(2) Kampanye *Offline*.

Program “Sudah Dong *Goes to School*” merupakan salah satu perwujudan dari kampanye *offline*, dengan mengadakan beberapa kegiatan disekolah serta membagikan buku panduan melawan *bullying*. Kampanye *offline* ini ditujukan untuk mencapai kalangan yang terpinggirkan, dimana tidak semua masyarakat secara aktif menggunakan media sosial.

2. SEJIWA Foundation.

Yayasan Semai Jiwa Amini (SEJIWA) merupakan lembaga yang memusatkan perhatian pada usaha pengaktualisasian diri melalui nilai empati, integritas, respek, toleran, dan tanggung jawab. Serupa dengan komunitas sebelumnya, SEJIWA juga memiliki tujuan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang dampak negatif dari *bullying*. SEJIWA melihat *bullying* sebagai permasalahan yang signifikan dalam dunia pendidikan, undang – undang perlindungan anak belum cukup ditegakkan serta pihak terkait belum optimal melakukan tindakan untuk mengatasinya. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya korban dari tahun ke tahun baik luka secara fisik dan mental bahkan meninggal dunia. Dengan didukung ahli psikologi, pendidik dan tenaga profesional, SEJIWA mengajak para guru, siswa, orang tua, serta tokoh masyarakat untuk mewujudkan masyarakat damai.



Gambar 5. SEJIWA Service For Peace.

(Sumber : sejiwa.org/profile/ diakses 25 Desember 2018, 01:00 WIB)

a) Segmentasi.

Sebagian besar kampanye dilakukan melalui media sosial, pengguna internet di Indonesia berjumlah 143.26 juta sekitar 66% pengguna adalah anak muda dari kategori 13 hingga 34 tahun. Selain itu guru serta orang tua juga menjadi target *audience* kampanye anti *bullying* tersebut.

b) Media Promosi.

Media *online* serta *offline* dijadikan sarana sebagai media kampanye memerangi kasus *bullying* dengan melakukan penyuluhan oleh beberapa tenaga ahli sesuai dengan bidangnya.

(1) Kampanye *Online*.

Smart School Online merupakan salah satu program kampanye *Online* SEJIWA dengan memberikan pembelajaran kepada orang tua, tenaga kependidikan, maupun anak dengan jenis pembeajaran yang berbeda di media sosial seperti facebook, instagram, twitter, dan youtube.

(2) Kampanye *Offline*.

Workshop, *public speaking*, konseling, mempublikasikan 10.000 *booklet* berjudul “Panduan Keamanan Anak di Dunia Online”, serta bekerjasama dengan pemerintahan seperti KPPPA, KPAI dan Kemendikbud dalam mengkampanyekan hak anak.

C. Analisis SWOT *Bullying*

Gerakan kampanye anti *bullying* melalui *motion graphic* dinilai mampu dijadikan sebagai media kampanye, dengan gaya visual sebagai daya pikatnya. Sebelum membuat suatu karya diperlukan analisis data untuk mengetahui kelebihan, peluang, kelemahan, serta ancaman dari karya yang akan dibuat. Dengan menggunakan metode analisis SWOT data tersebut digunakan sebagai bahan memperbaiki karya nantinya. Analisis SWOT digunakan untuk menilai dan menilai ulang suatu hal yang telah ada dengan tujuan meminimum resiko yang mungkin timbul dalam Jonathan Sarwono dan Hary Lubis (2007 : 18).

1. *Strenght* (kekuatan).

Menarik perhatian manusia modern semakin sulit, terlebih dengan pokok bahasan yang sama dan berlimpah dengan segala kemudahan. *Motion graphic* dianggap sebagai media yang cocok untuk menarik perhatian, ditinjau dari bentuknya yang merupakan media elektronik. Gaya penyampaian dalam bentuk visual mampu menarik perhatian khalayak dengan bentuk yang berbeda. Materi kampanye yang dikemas kedalam bentuk visual, mampu menginterpretasikan imajinasi dan menjadi lebih mudah untuk dipahami. Tambahan latar belakang suara serta informasi yang disusun dengan alur cerita semakin mempermudah penonton memahami pesan yang disampaikan tanpa berfikir susah payah. Cara penyampaian yang menarik dapat membuat penonton terhibur dan tidak merasa bosan, serta materi yang disampaikan dapat dicerna dengan baik.

2. *Weakness* (kelemahan).

Motion graphic memang memiliki kelebihan dalam menarik perhatian khalayak dengan gaya visualnya, namun *motion graphic* dengan durasi yang terlalu panjang akan menimbulkan rasa bosan pada penonton. Tidak semua orang memiliki tingkat konsentrasi yang sama, apa bila ada beberapa bagian penjelasan yang terlewat mereka tidak bisa memundurkan video tersebut. Kecuali mereka mengunduh video tersebut di akun media sosial.

3. *Opportunity* (peluang).

Motion graphic dengan bahasan anti *school bullying* masih belum sepopuler *motion graphic* anti narkoba dan korupsi, di sisi lain *motion graphic* merupakan media elektronik yang dapat disebarluaskan dengan mudah melalui jejaring internet. Bahasan tentang kasus *bullying* di sekolah, dengan diberlakukannya *full day school* di mana anak menghabiskan sebagian besar waktunya bersama teman di sekolah. Pihak lembaga kependidikan tengah melakukan bimbingan rutin kepada anak didiknya, dengan tujuan mengantisipasi dan menanggulangi agar fenomena *school bullying* tidak terjadi.

4. *Threath* (ancaman).

Perancangan *motion graphic* dengan gaya *flat design* ini tidak selamanya menarik dapat menarik perhatian semua khalayak, seiring dengan berkembangnya zaman maka gaya desain yang dipakai akan bergeser dengan sesuatu yang baru dan lebih modern.

Dari hasil ke4 data tersebut kemudian disusun strategi pemecahan masalah dengan mengembangkan peluang menjadi kekuatan, mengembangkan peluang untuk mengatasi kelemahan, mengenali dan mengantisipasi ancaman untuk menambah kekuatan, mengenali dan mengantisipasi ancaman untuk meminimumkan kelemahan. Kekuatan dan kelemahan berasal dari dalam, sedangkan faktor peluang dan ancaman berasal dari luar.

<i>Internal</i> <i>Eksternal</i>	<i>Strength</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
<i>Opportunity</i> (Peluang)	Penyampaian materi dengan gaya visual yang menarik dan tidak membosankan berupa video <i>motion graphic</i> yang belum banyak ditemukan, bersamaan dengan adanya progam pemerintah <i>fullday</i> . Tiap sekolah sedang berusaha lebih gencar untuk mengatasi fenomena <i>school bullying</i> dan menciptakan sekolah ramah anak.	Materi <i>motion graphic</i> anti <i>school bullying</i> didistribusikan untuk lembaga kependidikan sebagai media pembelajaran langsung kepada siswa. Dengan penyampaian langsung oleh pihak sekolah, secara tidak langsung siswa dipaksa untuk memperhatikan semua isi cerita tanpa teralihkan hal lain seperti di tempat umum.

<p><i>Threat</i> (Ancaman)</p>	<p>Seiring perkembangan zaman gaya desain yang sekarang modern cepat atau lambat akan tergantikan dengan sesuatu yang lebih segar dan menghibur. Fenomena <i>bullying</i> masih terus ada dari waktu ke waktu, maka diperlukan konsep cerita yang menghibur dan unik sebagai daya tarik karya. Maka meski gaya desain dari video <i>motion</i> yang telah jadi nantinya tidak bisa berubah mengikuti perkembangan desain, namun materi bahasan akan tetap menjadi masalah dari generasi ke generasi.</p>	<p>Dengan pergeseran gaya desain yang berubah perubahan zaman, serta jenis media yang memerlukan perhatian khusus dari <i>audience</i> untuk memperhatikan isinya. Maka video <i>motion graphic</i> di publikasikan di akun media sosial agar dapat putar secara berulang apabila <i>audience</i> melewati beberapa bagian adegan. Selain itu ditambahkan pula penjelasan berupa gambar yang dapat dibaca sewaktu waktu, dan di publikasikan bersamaan bersama video <i>motion graphic</i>.</p>
--	--	---

Tabel 2. Analisis SWOT.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2018)

D. *Unique Selling Point.*

Suatu karya tentunya memiliki ciri khas serta keunikannya sendiri, *Unique Selling Point* dibuat untuk menarik konsumen agar tertarik dengan produk melalui inovasi baru maupun pembeda yang dimiliki dibanding dengan produk lain. Melalui beberapa metode analisis sebelumnya gaya visual dengan metode *motion graphic* bergaya *flat design* merupakan daya tarik yang dimiliki. Gaya *flat design* sudah banyak digunakan di beberapa perangkat elektronik untuk simbol – simbol aplikasi, maka dari itu khalayak sudah biasa dengan gaya *flat design* dan tidak perlu lagi menarik perhatian mulai dari awal untuk membiasakan. Konsep dibuat dengan cerita singkat bergambar yang diberi tambahan *subtitle*, agar konsumen dapat langsung mencerna maksud dan tujuan dari video yang ditampilkan. Karena seringkali dijumpai video kampanye dengan tema serupa dan menggunakan teknik *motion graphic*, sebagian besar berupa teks berjalan yang disertai dengan sedikit gambar dan tidak langsung mengarah ke maksud dan tujuan dari video tersebut. Sedangkan keadaan setiap orang berbeda, tidak semua orang memiliki banyak waktu dan minat yang sama untuk memperhatikan detail penjelasan jika terlalu panjang. Tidak semua orang menganggap masalah yang sedang dibahas adalah hal penting, terlebih masalah yang tidak memiliki kaitan sama sekali dengannya.

BAB III

KONSEP PERANCANGAN

A. Perencanaan Kampanye.

Kegiatan kampanye dilakukan secara bertahap dengan serangkaian kegiatan dimulai dari penyebaran informasi dan berlanjut dengan acara seminar. Perencanaan kegiatan seminar merupakan bagian dari kegiatan kampanye yang berinteraksi langsung dengan khalayak melalui media informasi yang telah disiapkan. Media lini atas seperti media elektronik, merupakan sarana pendukung kegiatan kampanye anti *school bullying* dalam menyebarkan informasi untuk menarik perhatian khalayak.

1. Tujuan Kampanye.

Kampanye ialah serangkaian tindakan yang memiliki muatan untuk mempengaruhi khalayak sesuai dengan maksud dan tujuan didalamnya. Kasus *bullying* di dunia pendidikan selama ini telah menjadi permasalahan secara turun temurun contohnya seperti *bullying* secara verbal berupa memberikan panggilan tertentu kepada seseorang, mengejek, mengucilkan dan lain sebagainya. Kegiatan kampanye ditujukan untuk menarik empati serta menumbuhkan rasa kepedulian kepada masyarakat tentang dampak negatif dari perilaku *bullying*. Memberikan masukan serta pengetahuan kepada masyarakat secara bertahap, melalui beberapa materi yang disampaikan oleh pemateri. Materi mulai dari dasar – dasar tentang *bullying*, seperti pengertian, jenis, sampai pada tahap dari tujuan kampanye berupa masukan dan himbauan dari pemateri untuk

menumbuhkan kepedulian. Selain untuk menumbuhkan kepedulian masyarakat dengan adanya kampanye ini, diharapkan dapat mengurangi kasus *bullying* di lingkungan sekolah yang berdampak pada kualitas pendidikan di Indonesia.

2. Strategi Kampanye.

Rangkaian kegiatan akan dilakukan secara berkala, dalam jangka waktu tertentu melalui tiga tahap. Tahap I dengan mengadakan seminar tentang *bullying* bekerja sama dengan pihak Dinas Pendidikan kota Batu, yang dihadiri oleh para guru BK dengan *motion graphic* sederhana untuk penyampaian materi. Di hari yang sama diiringi dengan mengunggah poster digital melalui media sosial. Tahap II ialah seminar serupa yang dihadiri oleh para murid, dan dipandu oleh guru pengampu masing – masing. Pada akhir acara seminar ini akan ditayangkan kampanye berupa *motion graphic* singkat tentang *bullying*. Kemudian tahap III kampanye melalui media elektronik atau sosial media dengan sasaran khalayak umum. Informasi disebarkan di beberapa media sosial seperti instagram, iklan *pop up* berupa poster digital, serta *youtube*. Akun media sosial dapat menjangkau banyak orang secara lebih luas daripada media cetak. Berdasarkan perencanaan tersebut berikut adalah susunan acara kampanye anti *school bullying*, yang akan dilaksanakan dalam jangka waktu kurang lebih dua bulan.

a. Tahap I.

1) Minggu ke- 1.

Program tahap I diadakan pada minggu pertama diawali dengan pengumuman seminar untuk tenaga kependidikan melalui sosial media instagram. Acara seminar pertama akan diadakan dua minggu setelah pengumuman, yang bekerja sama dengan pihak Dinas Pendidikan kota Batu.

2) Minggu ke- 2.

Pada minggu ini digunakan untuk mempersiapkan kebutuhan seminar seperti *x banner*, poster acara, beserta stationary kit sebagai media pendukung acara.

3) Minggu ke- 3.

Acara seminar dilaksanakan pada minggu ketiga, acara yang diadakan bersama Dinas Pendidikan Kota Batu ini dilaksanakan di kantor *Block Office* kota Batu. Peserta seminar dihadiri oleh tenaga kependidikan khususnya guru BK, didukung dengan psikolog dari Universitas Negeri Malang Umi Hidayati sebagai pemateri yang memberikan masukan kepada peserta seminar dalam menghadapi muridnya. Dan tambahan acara bagi peserta yang mengajukan pertanyaan akan mendapatkan hadiah kaos atau jam dinding dalam jumlah yang terbatas.

b. Tahap II.

1) Minggu ke- 4.

Sama halnya seperti minggu ke- 2 digunakan untuk mempersiapkan seminar di minggu selanjutnya.

2) Minggu ke- 5.

Seminar terakhir dilaksanakan pada minggu kelima, namun dengan peserta serta pemateri yang berbeda dari seminar sebelumnya. Peserta seminar ialah siswa sekolah dengan pemateri perwakilan dari pihak Dinas Pendidikan beserta Bhayangkara Pembina Keamanan dan Ketertiban Masyarakat (BHABINKAMTIBNAS). Bhayangkara Pembina Keamanan dan Ketertiban bertugas memberikan penyuluhan kepada para siswa tentang kedisiplinan, kekerasan, toleransi, dan kerja sama. Seminar diadakan di kantor *Block Office* kota Batu dengan mendatangkan perwakilan tiap sekolah, acara seminar nantinya akan diselingi dengan kuis untuk peserta agar para peserta menjadi lebih bersemangat dengan mengajukan beberapa pertanyaan. Bagi peserta yang bisa menjawab pertanyaan dari pemateri mendapatkan hadiah berupa jam dinding dan kaos, masing-masing disediakan dalam jumlah terbatas.

c. Tahap III.

1) Minggu ke- 6.

Minggu terakhir difokuskan pada media sosial, kampanye *online* dilakukan secara berkala dengan mempublikasikan poster anti *bullying* terlebih dulu di instagram. Sedangkan untuk iklan *pop up* berupa poster tentang *bullying* beserta informasi tentang akun sosial media instagram dan *youtube*. Iklan *pop up* akan dimunculkan di beberapa media yang populer seperti aplikasi game *online mobile legends*, serta aplikasi pembelajaran ruang guru. Indonesia merupakan penyumbang pengguna aktif terbesar *mobile legends* dibandingkan dengan negara lain (liputan6.com diakses 27 Juli 2019, 14:00 WIB). Sedangkan untuk aplikasi ruang guru sendiri belakangan tengah menguasai beberapa saluran TV, acara ruang guru sering kali diadakan serentak di beberapa *channel* dengan durasi waktu yang cukup lama dan sejauh ini belum ada aplikasi pembelajaran yang dikenal banyak orang seperti ruang guru.

2) Minggu ke- 7.

Materi selanjutnya ialah hasil video *motion graphic* yang telah dibuat untuk dipublikasikan di instagram serta *videotron*. Namun untuk iklan *pop up* tidak ada perubahan, iklan tetap menggunakan template yang sama dengan minggu sebelumnya.

3) Minggu ke- 8.

Program di minggu ini adalah proses terakhir yaitu mempublikasikan dokumentasi acara yang telah terlaksana. Sedangkan untuk iklan *pop up* tidak mengalami perubahan, masih tetap sama seperti minggu sebelumnya. Berikut perancangan jadwal kampanye dalam bentuk tabel, dalam kurun waktu 2 bulan.

No.	Program	Minggu ke-							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Instagram.								
2.	Youtube.								
3.	Iklan <i>pop up</i> .								
4.	<i>Videotron</i> .								
5.	Seminar tenaga kependidikan.								
6.	Seminar siswa.								

Tabel 3. Jadwal Strategi Kampanye.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

B. Perencanaan Media.

Media adalah komponen penting agar karya yang dibuat tidak sia – sia, dan dapat dimanfaatkan serta dinikmati hasilnya. Media yang dipilih harus sesuai dengan karya serta memiliki nilai guna agar bermanfaat.

1. Tujuan Media.

Media merupakan sarana pengaplikasian konsep ke dalam beberapa bentuk karya, agar proses kreatif dapat tersampaikan kepada khalayak dan dapat dinikmati. Media memiliki jenisnya masing masing sesuai dengan kebutuhan serta kegunaannya masing masing, namun tidak semua media cocok dan sesuai dengan konsep. Diperlukan perencanaan khusus untuk mencocokkan konsep dengan dengan media yang dipilih, agar karya dapat diterima dengan benar oleh konsumen sesuai maksud dan tujuan.

2. Strategi Media.

Setiap media tentunya memiliki jenis segmentasi serta kegunaannya sendiri, maka dari itu menentukan target *audience* merupakan hal penting yang harus diperhatikan. Karya yang dibuat tanpa penentuan target *audience*, akan berakhir sia – sia karena tidak memiliki tujuan. Untuk taget *audience* dari *motion grapic* kampanye anti *school bullying* ini, adalah remaja sekolah khususnya di daerah kota Batu. Berikut tinjauan dari beberapa segmentasi untuk target *audience*.

a. Demografi.

Target *audience* yang ditinjau dari segmentasi demografi, ialah segmentasi berdasarkan kependudukan. Untuk target *audience motion graphic* ini adalah anak usia remaja, khususnya mereka yang berada di sekitar korban dan pelaku. Menurut Santrock (1998) sebagaimana dikutip dalam Singgih D.Gunadarsa

(2004 : 196) remaja adalah mereka yang mengalami masa transisi dari masa anak – anak menuju masa dewasa, yaitu antara usia 12 – 13 tahun. Namun perkembangan fisik maupun psikis tiap orang berbeda, tidak semua anak yang berada dalam usia 12 – 13 tahun adalah remaja. Terkadang ada beberapa anak yang mengalami perkembangan yang lebih lambat maupun sebaliknya. Secara garis besar usia umum remaja kurang lebih berada disekitar umur 12 – 13 tahun. Maka target *audience* untuk *motion graphic* kampanye anti *school bullying* ini, adalah anak sekolah tingkat menengah pertama dengan umur yang digolongkan sebagai remaja.

b. Geografis.

Definisi dari geografis sendiri ini adalah letak daerah atau wilayah, maka segmentasi geografis untuk target *audience* ini adalah di kota Batu. Sesuai dengan data yang telah terkumpul sebelumnya melalui wawancara.

c. Psikografis.

Remaja atau masa peralihan dari anak – anak menuju dewasa ini memiliki tingkat emosi yang labil, dan belum mempunyai ketertarikan lebih terhadap sesuatu yang terlalu serius dan berbobot seperti topik bahasan orang dewasa. Sesuatu dengan konsep yang menghibur seperti bentuk visual lebih diminati, terlebih dengan tambahan audio visual sebagai nilai tambah.

3. Media Promosi.

Terdapat dua jenis media promosi berdasarkan kegunaannya masing masing, media lini atas merupakan media yang sifatnya terbatas dan tidak langsung berinteraksi dengan konsumen. Kebanyakan promosi melalui media elektronik, sering juga disebut media *online*. Selanjutnya media Lini Bawah, bersifat merangkul maupun berinteraksi dengan konsumen secara langsung atau bisa disebut dengan media *offline*.

a. Lini Atas (Above The Line).

Pengguna internet telah mencakup semua kalangan, penggunaannya yang cukup mudah banyak pengguna internet yang memanfaatkannya dalam kegiatan sehari-hari, khususnya media sosial yang memiliki cakupan cukup luas dan dapat menjangkau semua pengguna internet. Beberapa media sosial seperti instagram, dan youtube dapat digunakan sebagai media kampanye. Selain media sosial iklan *pop up* berupa poster digital juga di gunakan sebagai media promosi kampanye yang merujuk pada link akun media sosial untuk informasi lebih lanjut. Iklan *pop up* biasanya muncul diawal laman internet pada beberapa situs internet maupun aplikasi. Aplikasi yang tengah populer dan banyak digunakan oleh kalangan remaja ialah game *online* seperti *mobile legends*, serta aplikasi pembelajaran ruang guru. Kemudian yang terakhir *video* kampanye nantinya akan ditampilkan lewat media *videotron*,

biasanya ditempatkan di tempat umum yang dapat dilihat oleh banyak orang.

b. Media Lini Bawah (*below The Line*)

Media lini bawah sifatnya berinteraksi langsung dengan konsumen, sebagian besar merupakan media pendukung dalam acara kegiatan yang telah di jadwalkan. Poster digunakan sebagai media informasi untuk seminar, sedangkan untuk *x banner* digunakan pada saat acara seminar berlangsung. Seminar diadakan sebanyak 2 kali dengan segmentasi peserta yang berbeda, *paper bag*, kotak pensil, gantungan kunci, kaos, pembatas buku, serta stiker disertakan pada setiap acara seminar sebagai media pendukung. Namun ada beberapa media pendukung lainnya, yang dikhususkan hanya untuk segmentasi tertentu sesuai kebutuhannya masing – masing. Buku saku serta alat tulis seperti pensil, serta penghapus ialah media pendukung yang hanya ditambahkan pada seminar kedua saja dengan peserta siswa sekolah.

C. Motion Graphic Sebagai Media Kampanye Anti Bullying.

Fenomena *bullying* di lingkungan sekolah dengan pelaku yang merupakan orang terdekat korban masih terus ada dari waktu ke waktu. Korban dapat berasal dari sesama siswa, guru kepada siswa, dan sebaliknya siswa kepada guru. Data yang diperoleh melalui wawancara menurut sumber, jenis *bullying* yang sering terjadi di sekolah berupa *bullying* verbal maupun non verbal namun tidak menutup kemungkinan

bullying fisik terkadang juga terjadi. Korban yang sering kali mengalami *bullying* verbal tidak berani melapor kepada pihak guru dan lebih memilih untuk diam, jenis *bullying* ini tidak meninggalkan bekas fisik dan susah diketahui. Pihak Dinas Pendidikan mengadakan bimbingan khusus kepada guru dengan mendatangkan psikolog di beberapa kesempatan, tentang kiat mendidik anak tanpa menggunakan kekerasan. Pihak Dinas Pendidikan juga melakukan *monitoring* kepada tiap sekolah secara rutin tentang perkembangan anak. Bimbingan yang dilakukan ditujukan untuk menciptakan sekolah ramah anak, agar siswa merasa nyaman dan menjadikan sekolah sebagai rumah kedua mereka. Selain bimbingan rutin yang dikhususkan untuk tenaga kependidikan, juga diadakan bimbingan rutin di tiap – tiap sekolah secara bertahap kepada siswa langsung. Waktu upacara merupakan kesempatan yang pas digunakan untuk melakukan penyuluhan. Posisi anak yang sedang berbaris dan tidak bisa melakukan kegiatan lain akan disuguhkan langsung dengan penyuluhan tersebut.

Namun kondisi anak yang lelah karena terus berdiri, terlebih dengan bahasan yang sering mereka dengarkan serta cara penyampaian yang monoton membuat anak merasa bosan. Beberapa anak tidak fokus memperhatikan pembicara dan berbicara dengan temannya. Media kampanye anti *school bullying* ditujukan untuk memberikan pengetahuan tentang dampak, serta bahaya dari fenomena *bullying* di lingkungan sekolah secara menarik. *Motion graphic* anti *school bullying* ini memang tidak bisa sepenuhnya merubah seseorang. Namun dengan adanya *motion*

graphic anti school bullying ini diharapkan dapat menumbuhkan rasa simpati, dan kepedulian anak kepada sesama serta memberikan pengetahuan tentang dampak dari *bullying* di sekolah. Konsep *motion graphic* dibuat semenarik mungkin dengan gaya visual *flat design* serta tambahan suara latar belakang sebagai daya tariknya. Mengandalkan gaya visual sebagai daya tarik utama, bertujuan agar *audience* tidak bosan dan mau meluangkan waktunya untuk memperhatikan isi dari *motion graphic* tersebut. Menurut Jason Lankow (1975 : 104) bentuk visual memungkinkan kita mencerna secara lebih efisien dan memudahkan pemahaman, sebuah studi terbaru dari University of Saskatchewan mengatakan bahwa pemirsa lebih menyukai penggunaan ilustrasi dalam representasi visual. Video *motion graphic* ini nantinya juga bisa digunakan oleh pihak lembaga kependidikan sebagai media pembelajaran.

D. Ide Kreatif.

Gagasan utama adalah sumber dari semua konsep yang tercipta dalam membuat sebuah karya. Ide kreatif diperoleh dari hasil observasi, serta berita yang didapat dari beberapa sumber.

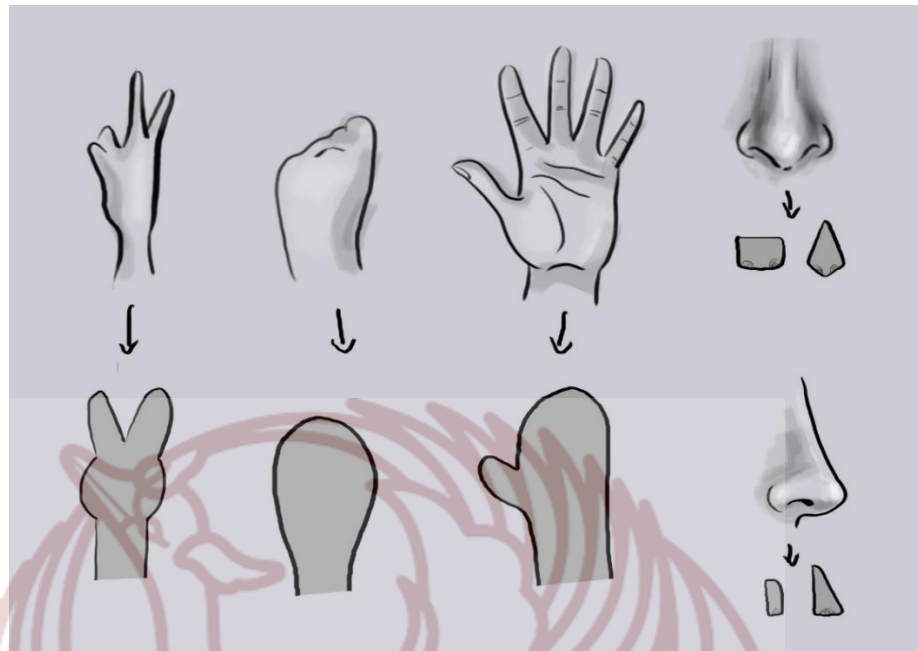
1. Strategi Visual *Flat Design*.

Konsep karya video *motion graphic* dibuat menggunakan gaya *flat design* dengan penyederhanaan bentuk dari bentuk asli. Dikerjakan dengan *adobe illustrator*, dan *adobe after effect* untuk menggerakkan objek serta *adobe premiere* sebagai media penggabungan adegan tiap *scene*.

2. Teknik Gambar.

Tahap paling awal dalam proses pengerjaan dimulai dengan sketsa manual, kemudian dirubah kedalam file digital dengan gaya *flat design* menggunakan *adobe illustrstor*. Gambar *flat design* memiliki ukuran *file* yang lebih ringan, *file flat design* yang dikerjakan dangan *adobe illustrator* tidak perlu diekspor kedalam format lain seperti jpeg atau png. Selain itu jenis gambar dengan gaya *flat design* tidak menggunakan banyak efek tambahan, seperti gambar bitmap atau *digital painting*. *File adobe illustrator* bisa langsung dikerjakan di *adobe affter effect*, hal tersebut merupakan satu keuntungan dalam mempercepat proses pengerjaan khususnya pada tahap *compositing*. Tahap *compositting* adalah proses menyatukan gambar atau asset kedalam satu gambar utuh, yang kemudian digerakkan menjadi satu adegan dengan *adobe affter effect*.

Mengingat gaya yang digunakan dalam membuat video *motion graphic* ini adalah *flat design*, yaitu minimalis menyederhanakan bentuk aslinya. Proses pengerjaan karakter menggunakan bentuk – bentuk sederhana yang telah tersedia dalam *adobe illustrator* seperti *tool raunded rectangle tool*, *rectangle tool*, serta *ellipse tool*. Berikut contoh penyederhanaan bentuk dari gambar menjadi minimalis, dengan menggunakan bentuk sederhana dari *tool* pada *adobe illusrator* nantinya.



Gambar 6. Sketsa Contoh Penyederhanaan Bentuk
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

3. Konsep Cerita.

Cerita dibuat agar karya memiliki tujuan dengan alur yang jelas serta memiliki kandungan yang bermanfaat bagi *audience*. Cerita *motion graphic* untuk seminar pertama hanya berupa *motion* sederhana untuk keperluan presentasi yang berisi materi acara. Kemudian untuk *motion* kedua akan ditayangkan pada seminar kedua, konsep cerita *motion graphic* ini tidak mencakup semua materi yang berhubungan dengan *school bullying*. Menurut Gata Mahardika dalam web resmi Universitas Gajah Mada (UGM) seorang *illustrator* dan pembuat film studio Ruci, membuat film tidak harus panjang apalagi terlalu panjang yang terpenting adalah pesan yang terkandung dapat sampai dan diterima oleh penonton. (<http://ditpui.ugm.ac.id> diakses 11 Desember 2018, 10:00 WIB). Konsep cerita menceritakan tentang korban yang

mengalami *bullying* di sekolah, tekanan yang terjadi pada korban di sekolah terus tertanam dalam ingatannya sampai ia tua. Beberapa pihak yang tidak peduli maupun tidak terlibat memang merasa tidak bersalah namun secara tidak langsung mereka telah menjadi bagian dari para pelaku *bullying* tersebut. namun di sisi lain masih ada pihak yang peduli dan mau membantu kesusahan korban dalam memerangi penindasan. Cerita tidak menampilkan secara keseluruhan dari macam - macam *bullying*, cerita hanya menampilkan garis besar gambaran dari proses *bullying* beserta cara mengatasinya. Teori lain yang berhubungan dengan fenomena *bullying*, seperti jenis – jenis *bullying* dan lain sebagainya ditampilkan pada media pendukung. ditambahkan audio serta narasi dalam cerita sebagai pendukung karya, agar karya lebih menarik dan menghibur bagi *audience*.

a. Konsep *Motion Graphic* Seminar Ke-1.

Presentasi seminar dibuat dalam *motion graphic* sederhana berupa materi didalamnya, menggunakan ilustrasi sederhana yang berhubungan dengan sekolah dan fenomena *bullying*. Materi untuk peserta seminar pertama cenderung membahas bagaimana cara menangani kasus *bullying*, menciptakan sekolah ramah anak, serta evaluasi untuk para guru. Penggunaan *motion graphic* untuk presentasi seminar dapat di *pause* dan *play* sesuai dengan kebutuhan.

b. Konsep *Motion Graphic* Seminar Ke-2.

1) Alternatif Konsep 1.

Bullying dapat menimpa siapa saja laki – laki, perempuan, tua, muda, bahkan anak – anak di sekolah. Tampak seorang anak perempuan sedang duduk sendiri di bangku kelas dengan wajah tersenyum yang tidak bertahan lama kemudian berubah menjadi wajah sedih. Diiringi dengan suara berbisik serta tertawa dari belakangnya, sedikit demi sedikit mulai terlihat teman – teman sekitarnya yang menertawakan dia. Di sisi bangku lain terlihat beberapa anak tersenyum kecil dan tidak mempedulikan hal tersebut, namun ada satu anak yang terlihat sedikit tidak nyaman. Mungkin anak lain merasa tidak ikut serta menindasnya secara langsung, namun ketidak pedulian kalian menjadikan kalian bagian dari mereka. Muncul kaki monster yang menghancurkan kota kecil beberapa orang lari ketakutan sambil berteriak. Korban berteriak dengan menutupi telinganya, semua teror tersebut merupakan hal menyakitkan bagi korban bahkan berdampak hingga mereka tua nanti. Terlihat seorang nenek sedang bersedih sambil memegang fotonya waktu muda. Terkadang memang sulit untuk bertindak sendiri dan berani menunjukkan sikap, namun sedikit kepedulian akan memberikan perubahan yang berarti. Jadilah pribadi yang lebih baik dan peduli dengan lingkungan sekitar.

2) Alternatif Konsep 2.

Setiap orang memiliki warnanya sendiri, perempuan, laki laki, gemuk, kurus, tinggi dan pendek. Namun dari perbedaan serta kekurangan tersebut, tercipta monster diantara mereka, terlihat beberapa anak yang sedang duduk berbincang bincang mendadak berubah menjadi monster. *Bullying* adalah tindakan menindas pihak lain yang dianggap lebih lemah (muncul kaki monster menginjak kota – kota kecil pada layar tv dan mengamuk) terlihat seorang anak yang depresi sambil menutupi telinganya dengan beberapa anak dibelakangnya sedang menertawakan dan membicarakannya dari belakang diiringi dengan bunyi hp yang berdering seolah teror. Memori menyakitkan tersebut akan berdampak buruk kepada korban hingga mereka tua. Beberapa anak hanya lewat sambil memandangi dan tersenyum kecil, mereka tidak ingin terlibat dan seolah tidak terjadi apa apa. Suatu ketika salah satu dari anak yang lewat tersebut berpapasan dengan korban yang sedang kesulitan, namun ia enggan menolongnya karena khawatir dengan pandangan anak – anak lain jika berinteraksi dengan korban *bullying* tersebut. Beberapa saat kemudian ia sadar meski tidak ikut *membully* namun sikap yang ia tunjukkan telah merubahnya menjadi bagian dari para monster tersebut. Kemudian anak tersebut berbalik dan menolongnya,

sedikit berbeda bukan berarti kesalahan bagi seseorang, berani bertindak meski sedikit namun sangat berarti demi perubahan. Jadilah manusia yang lebih baik dan peduli terhadap lingkungan sekitar, jangan takut mengutarakan pendapat berbicalah kepada orang sekitar dan jangan hanya diam.

3) Alternatif Konsep 3.

Ada segerombolan anak yang sedang menertawakan satu orang korban *bullying*, kemudian berubah menjadi sosok monster. Membully adalah perilaku buruk yang hanya dilakukan oleh para monster. Korban *bully* terlihat tertekan dengan dikelilingi para monster tersebut, di iringi suara tertawa kecil, ejekan, seolah teror. Semua tekanan tersebut adalah tindakan menyakitkan yang akan mereka ingat hingga tua nanti, terlihat korban berubah menjadi tua dengan ekspresi sedih memegang fotonya waktu muda. Mungkin beberapa anak merasa tidak bersalah karena tidak ikut *membully* dan tidak menghiraukannya, namun mereka lupa di beberapa kesempatan mereka ikut menertawakannya. Mereka tidak sadar bahwa mereka bagian dari para monster tersebut. Siapapun bisa menjadi pahlawan berani bertindak dan peduli terhadap sekitar merupakan suatu gerakan perubahan yang sangat berarti.

Berdasarkan 3 alternatif tersebut dipilih alternatif konsep 1 sebagai konsep cerita video *motion graphic* anti *bullying* nantinya, alternatif naskah 1 telah mencakup inti pesan yang ingin disampaikan secara garis besar dimulai dari arti *bullying*, jenis *bullying*, serta cara mengatasinya.

4. Perancangan Karakter.

Adanya hormon yang berbeda antara anak laki – laki dan perempuan membuat mereka memiliki perbedaan sifat yang cukup signifikan. Hormon androgen dapat membentuk gender laki – laki dengan berperilaku maskulin, yang membawa sifat sebagai seorang pria yaitu agresif, pemberani, dan percaya diri. Sedangkan hormon estrogen dapat membentuk gender perempuan dengan perilaku feminim yang membawa sifat seorang wanita, pemalu, sering menarik diri, penakut, lebih sering menangis, tidak percaya diri, dan tidak agresif. (Friedman, 2006) dalam Nurlailatul Masruroh dkk (2016 : 115). Maka dari itu anak perempuan dipilih sebagai tokoh karakter dalam cerita, sedangkan latar belakang karakter merupakan remaja perempuan sekolah menengah pertama. Kepribadian remaja belum mencapai kematangan, ditandai dengan sifat keragu-raguan, kurang percaya diri atau harga diri rendah, serta kurang mampu mengontrol emosi dan perilaku. Keadaan ini memungkinkan remaja untuk mudah dipengaruhi hal-hal positif maupun negatif. (Singgih D. Gunarsa, 2004 : 199).

Visual pelaku *bullying* tidak memiliki ciri khusus dalam penggambarannya nanti, hanya saja perilaku pelaku digambarkan seperti monster. Para pelaku *bullying* awalnya berpenampilan layaknya pelajar SMP kemudian berubah menjadi monster karena perilaku buruk mereka. Untuk visual karakter penyelamat korban sebenarnya tidak memiliki ciri khusus, dengan maksud semua orang dapat menjadi penyelamat. Sebagai pembeda konsep fisik dibuat berlawanan dengan karakter korban *bullying* agar konsumen dapat dengan mudah membedakannya.

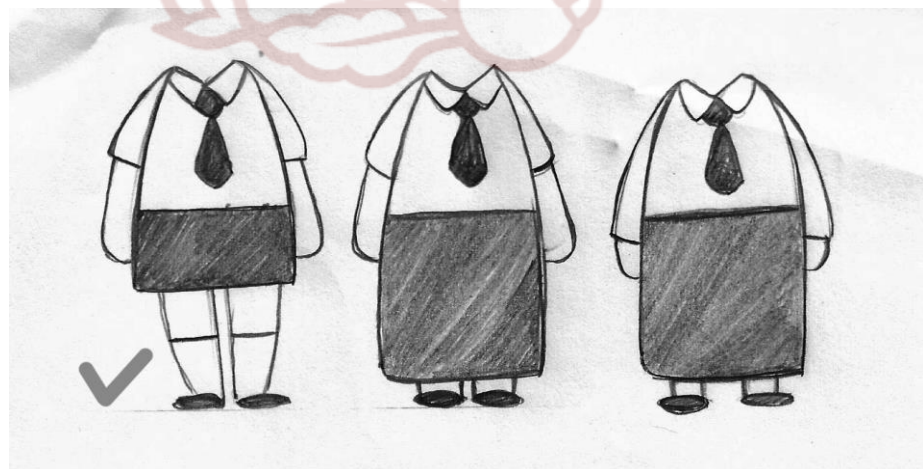
a. Sketsa Kostum.

Sesuai dengan tema perancangan latar belakang cerita ada di area sekolah, maka kostum yang dikenakan oleh tokoh adalah seragam sekolah. Seragam SMP di Indonesia memiliki bermacam macam jenis, namun seragam yang dikhususkan dijenjang ini secara nasional adalah warna biru putih yang dikenakan pada hari tertentu. Namun ada beberapa variasi model dalam penerapannya yang pertama lengan pendek dengan bawahan pendek, kemudian lengan pendek dengan bawahan panjang, dan yang terakhir lengan panjang dengan bawahan panjang. Variasi model seragam terakhir sebagian digunakan oleh siswa perempuan yang berhijab, namun tidak semua siswa yang mengenakan atasan serta bawahan panjang merupakan siswa berhijab. Di beberapa daerah pemerintah setempat atau sekolah yang bersangkutan mengharuskan muridnya

memakai bawahan yang panjang meski memakai atasan pendek. Untuk perancangan kostum karakter dipilih baju seragam yang lebih umum, yaitu dengan bawahan pendek dan lengan pendek. Berikut 3 referensi variasi model seragam siswi SMP.



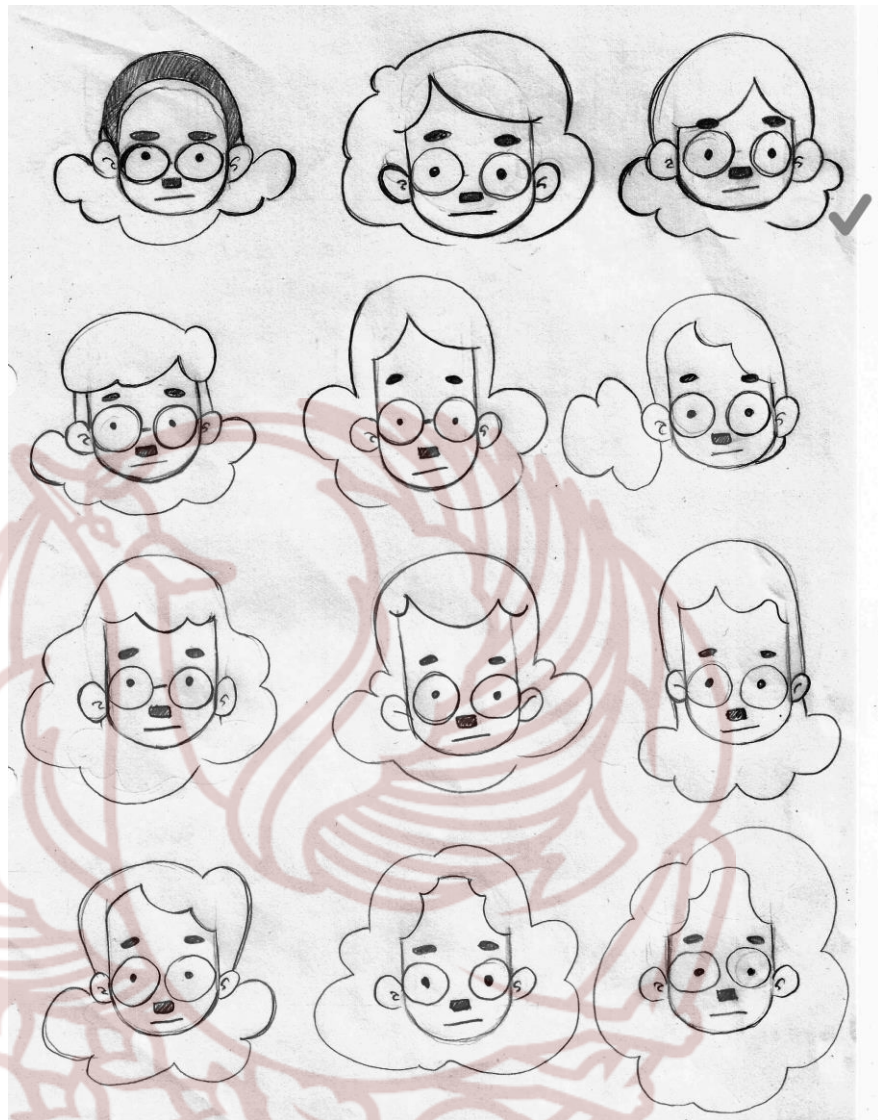
Gambar 7. Referensi Seragam Siswi SMP
(Sumber : wofficlothing.com, diakses 20 Desember 2018, 05:00 WIB)



Gambar 8. Sketsa Seragam Siswi SMP
(Sumber : Elisa Fitriani, 2018)

b. Karakter Korban *Bullying*.

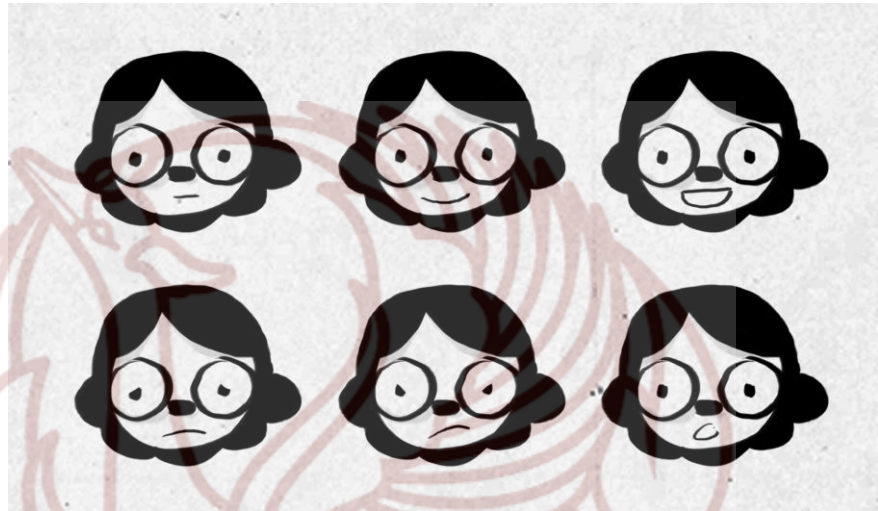
Karakter korban *bullying* adalah seorang siswi SMP dengan ciri – ciri tubuh yang diambil dari salah satu ciri fisik yang menonjol seperti bentuk tubuh kurus, gemuk, atau pendek. Menurut Olweus, Limber dan Mihalic (1999) dalam Hanis dan Guerra (2000) siswa yang memakai kacamata, berbicara dengan aksen tertentu, atau memiliki perbedaan latar belakang etnis juga bisa menjadi korban *bullying* (dikutip dari Sciarra, 2004; 355, dalam jurnal Agus Basuki, 2010; 11). Selain itu karakter didesain dengan rambut keriting, dimana rambut keriting merupakan salah satu ciri fisik yang kerap dijadikan bahan *bully*. Dikutip dari liputan6.com Bethany Thompson seorang remaja asal Cable Ohio menderita tumor otak, senyumnya yang tak lurus serta rambutnya yang keriting membuatnya menjadi korban *bullying*. Bethany mengaku tak sanggup lagi, ejekan yang dilontarkan kepadanya sudah keterlaluhan dan ia memutuskan untuk mengakhiri hidupnya. (www.liputan6.com, diakses 20 Desember 2018, 21:17 WIB). Agnez Oryza seorang *influencer* salah satu produk kecantikan di Indonesia dikutip dari detik.com kerap di *bully* oleh teman – temannya waktu kecil karena berambut keriting, hal tersebut membuat dirinya tersingkir di kehidupan sosial. (<https://wolipop.detik.com>). Berikut sketsa perancangan karakter utama beserta alternatifnya.



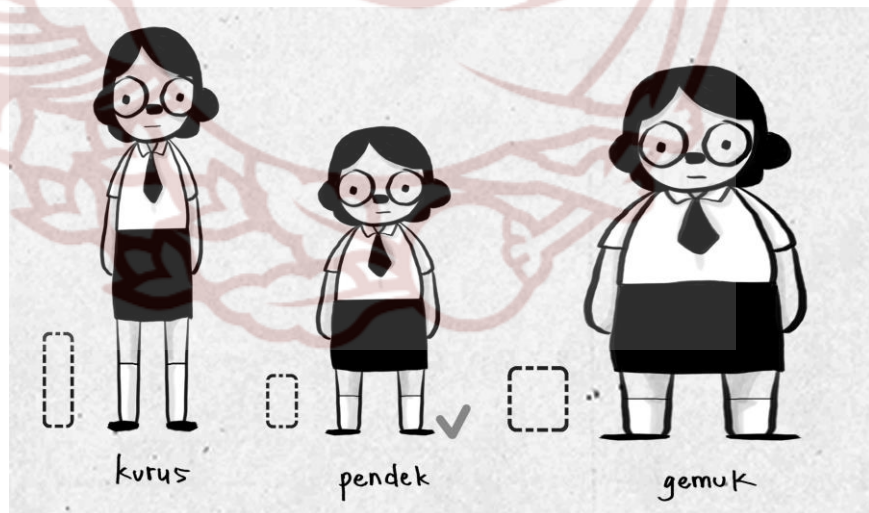
Gambar 9. Sketsa Alternatif Karakter Utama
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

Setelah menseleksi dan memilih desain karakter yang sesuai langkah selanjutnya ialah gambar sketsa karakter dari beberapa *angle* serta sketsa ekspresi dasar karakter. Kemudian dipakai garis putus – putus pada sebelah karakter merupakan patokan bentuk dasar persegi sebelum dimodifikasi. Proporsi karakter kurus tinggi dibentuk dari bentuk dasar persegi yang sedikit memanjang, kemudian proporsi tubuh karakter pendek

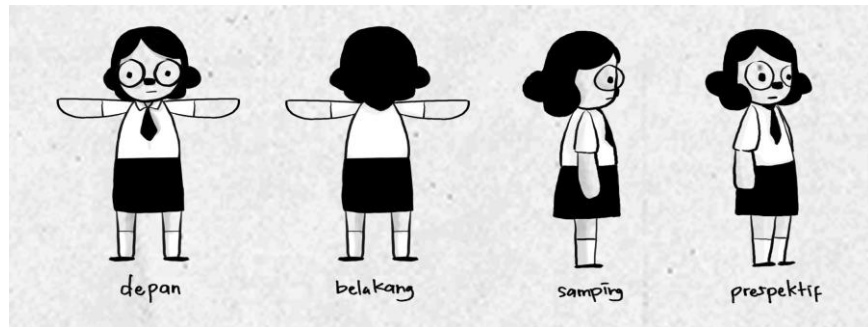
berasal dari bentuk dasar persegi yang lebih pendek dari sebelumnya begitu pula karakter bentuk gemuk yang berasal dari bentuk persegi namun memiliki lebar serta panjang yang sama sehingga memiliki karakter yang terkesan besar.



Gambar 10. Sketsa Ekspresi Karakter Utama
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 11. Sketsa Fisik Karakter Utama
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 12. Sketsa Karakter Utama
Tampak Depan, Belakang, Samping, dan Prespektif.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

c. Karakter Pelaku *bullying*.

Sesuai dalam cerita karakter pelaku *bullying* tidak memiliki ciri khusus yang ingin ditonjolkan, namun para pelaku digambarkan sebagai monster jahat karena perbuatan buruk mereka. Kata *bullying* berasal dari bahasa Inggris, yaitu dari kata *bull* yang berarti banteng yang senang menyeruduk kesana kemari (Novan Ardi Wiyani, 2012 : 11) hal ini dikarenakan banteng memiliki sifat yang agresif.

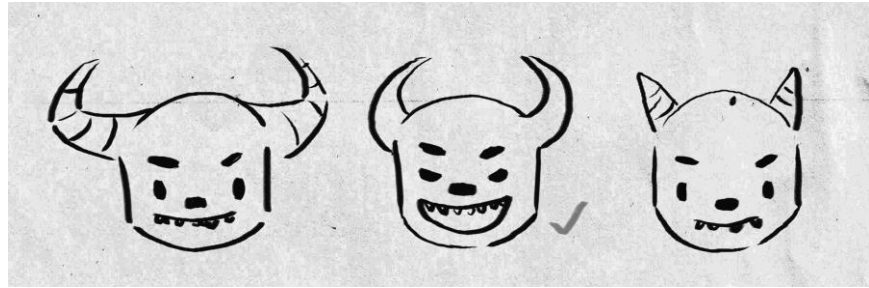


Gambar 13. Banteng.
(Sumber : coingape.com diakses 27 Juni 2019, 03:00 WIB)

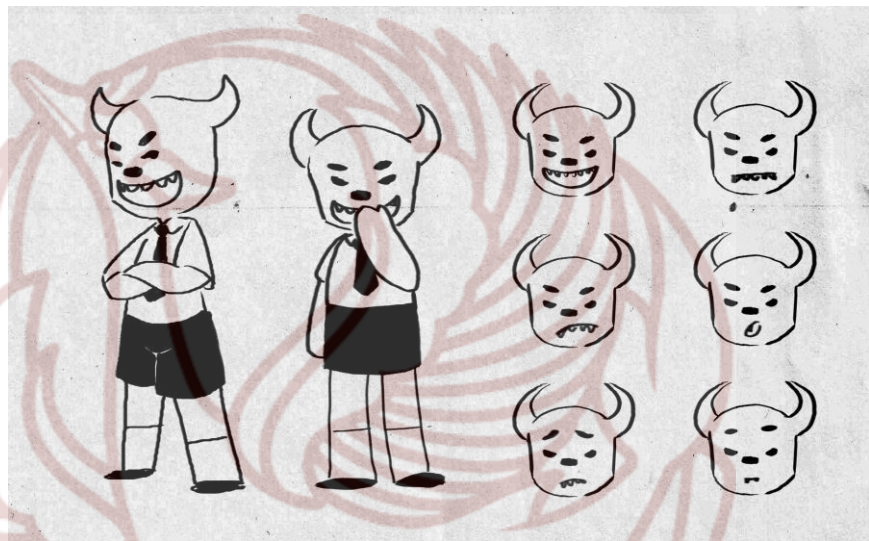
Karakter monster diambil dari salah satu ciri fisik banteng seperti bagian paling menonjol yaitu tanduk yang digunakan untuk menyeruduk, bentuk hidung juga diambil dari bentuk hidung banteng yang disederhanakan, serta tambahan gigi runcing untuk menambah kesan lebih menakutkan. Pelaku *bullying* yang berubah menjadi monster tetap mengenakan atribut seragam sekolah, berikut referensi monster dengan ciri fisik yang memiliki tanduk serta gigi tajam dari film MONSTERS INC.



Gambar 14. Referensi Karakter Monster.
(Sumber : pngfly.com diakses 19 Juli 2019, 14:00 WIB)



Gambar 15. Sketsa Alternatif Karakter Monster.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

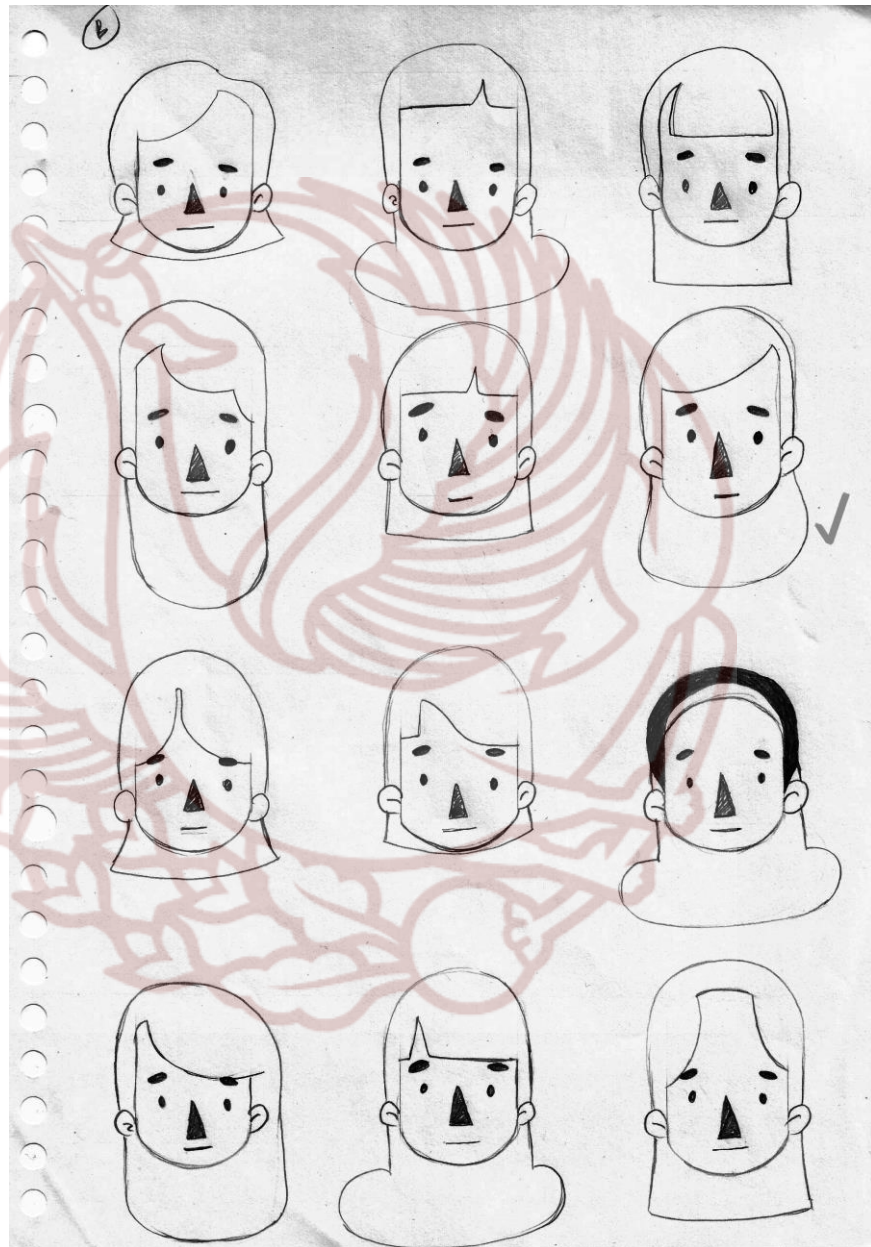


Gambar 16. Sketsa Ekspresi Karakter Monster.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

d. Karakter Pendukung.

Karakter pendukung yang terakhir juga tidak memiliki ciri khusus dikarenakan semua orang bisa menjadi penyelamat bagi para korban. Namun sebagai pembeda antara karakter pendukung dengan karakter utama, karakter penyelamat korban *bullying* dibuat berbanding terbalik seperti rambut yang lurus serta tidak mengenakan kacamata seperti karakter utama agar konsumen lebih mudah untuk membedakannya. Karakter pendukung berperan sebagai tokoh yang baik dan peduli dengan sesama teman. Sama

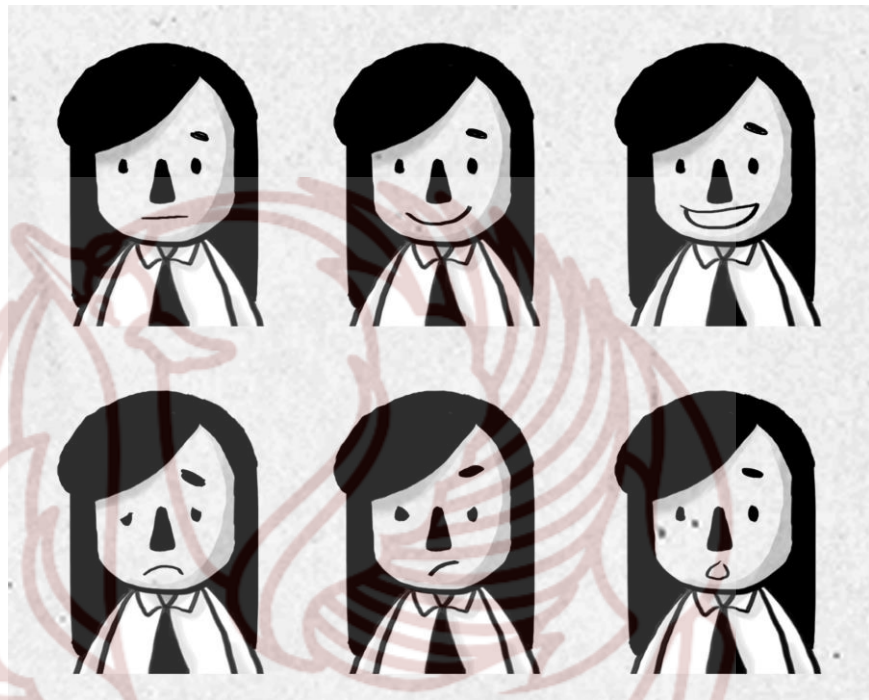
seperti tokoh utama, karakter pendukung memakai seragam sekolah menengah pertama dengan potur tubuh sama dengan korban *bullying* namun sedikit lebih tinggi.



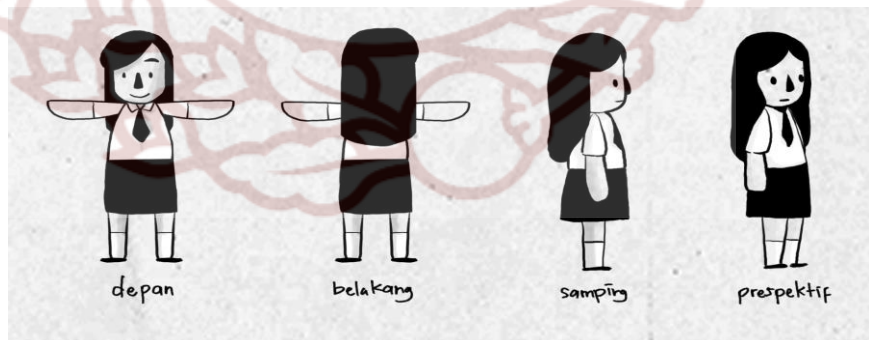
Gambar 17. Sketsa Alternatif Karakter Pendukung.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

Setelah memilih karakter pendukung, untuk melengkapi data karakter dibuat sketsa desain ekspresi karakter pendukung

sebagai gambaran maupun patokan dalam proses realisasi nantinya. Sketsa ekspresi yang dibuat mewakili beberapa ekspresi dasar manusia.



Gambar 18. Sketsa Ekspresi Karakter Pendukung.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 19. Sketsa Karakter Pendukung
Tampak Depan, Belakang, Samping, dan Prespektif.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

5. Naskah.

a. Naskah *Motion Graphic* 1.

Penggunaan naskah lebih difokuskan untuk *motion graphic* pada acara seminar kedua, sedangkan *motion graphic* untuk acara seminar pertama hanya berupa materi seminar yang akan disampaikan nantinya. Pada awal pembukaan presentasi akan ditampilkan ilustrasi sekolah beserta dengan judulnya yaitu *bullying*, kemudian gambar ilustrasi sekolah bergeser dan muncul teks materi seminar. materi seminar untuk tenaga kependidikan diawali dengan membahas fenomena *bullying* khususnya di sekolah, dan masalah yang sering muncul. Kemudian gambar berganti menjadi ilustrasi anak yang dengan raut wajah sedih dikelilingi monster yang sedang menertwakannya, setelah muncul gambar ilustrasi tersebut bergeser dengan tulisan yang membahas bagaimana cara menangani *bullying* pada anak di sekolah, menciptakan sekolah ramah anak, peran guru, kemudian yang terakhir evaluasi.

b. Naskah *Motion Graphic* 2.

Menjelaskan sedikit tentang *bullying* pada awal pembukaan, kemudian terlihat seorang kakek yang sedang membaca koran duduk bersebelahan dengan seorang anak muda laki – laki di pinggir jalan. Terlihat mobil yang dikendarai seorang wanita separuh baya dengan anaknya yang duduk dibelakang melintas di

depan mereka. Terlihat bel sekolah berbunyi, dan berganti dengan seorang anak berkacamata dengan rambut keriting sedang duduk didalam kelas. Anak kacamatanya tersebut terlihat sedih beberapa saat kemudian dilempar kertas oleh teman yang ada disebelahnya. Semua penghuni kelas terlihat sedang menertawakan anak tersebut, mereka secara perlahan berubah wujud menjadi monster. Tak terkecuali satu orang yang sedang duduk di depan sendirian, meski ia tidak ikut campur *membully* anak berkacamata ia juga ikut berubah menjadi monster. Semua kenangan buruk yang dialami korban akan selalu mereka ingat sampai tua nanti, terlihat anak berkacamata tersebut berubah menjadi foto yang tengah dipegang oleh seorang nenek yang berwajah sedih. Setelah semua kejadian tersebut anak yang awalnya tidak peduli dengan keadaan korban pada akhirnya menghampiri korban dan mengulurkan tangannya. Mereka berteman dan merubah keadaan korban yang pada awalnya merasa sedih dan hanya sendiri, menjadi lebih gembira dan memiliki teman.

6. *Storyline*.

a. *Storyline Motion Graphic 1*.

Durasi : Menyesuaikan.

Scene.	Visual.	Audio.
1.	- Pembukaan. Muncul ilustrasi sekolah dengan judul ' <i>Stop bullying</i> '	- Berasal dari materi yang akan membahas fenomena <i>bullying</i> khususnya di sekolah.'
2.	- Gambar bergeser dan	- pembahasan dari

	muncul judul ‘Masalah yang sering muncul’	pemateri.
3.	- Muncul ilustrasi anak yang sedang dalam posisi di <i>bully</i> oleh beberapa monster disekitarnya. Diikuti dengan munculnya tipografi bertuliskan ‘penanganan kasus <i>bullying</i> di sekolah’	- pembahasan dari pemateri.
4.	- Tipografi bergeser dan berganti dengan ‘menciptakan sekolah ramah anak’	- pembahasan dari pemateri.
5.	- Tipografi berganti menjadi ‘Peran Guru’	- pembahasan dari pemateri.
6.	- bagian terakhir ialah evaluasi.	- pembahasan dari pemateri.

Tabel 4. *Storyline Motion Graphic 1.*
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

b. *Storyline Motion Graphic 2.*

Durasi : 01 : 04 Menit

Judul : *Stop Bullying*

Scene.	Visual.	Audio.
1.	- Pembukaan. Teks <i>bullying</i>	- <i>Voice Over Bullying</i> bisa menimpa siapa saja.
2.	- <i>Exterior</i> Pinggir jalan. - Terlihat seorang kakek yang sedang membaca koran dipinggir jalan duduk bersebelahan dengan seorang laki – laki muda.	- <i>Voice Over</i> Laki – laki, tua, muda.
3.	- <i>Exterior</i> Pinggir jalan - Mobil yang dikendarai oleh seorang perempuan paruh baya dengan anaknya di bangku belakang mobil melewati mereka berdua.	- <i>Voice Over</i> Perempuan, bahkan anak – anak di sekolah.

4.	- Bel sekolah berbunyi	- <i>Back Sound</i> Suara bel sekolah
5.	- <i>Interior</i> Ruang kelas - Seorang anak perempuan berkacamata dan berambut keriting sedang duduk sedih dan dilempar kertas dari samping	-
6.	- <i>Interior</i> Ruang kelas - Terlihat secara keseluruhan ruang kelas dengan beberapa anak yang menertawakan anak berambut keriting.	- <i>Voice Over</i> Semua perilaku buruk yang mereka perbuat.
7.	- <i>Interior</i> Ruang kelas. - Anak – anak yang menertawakan berubah menjadi monster.	- <i>Voice Over</i> sama halnya dengan monster.
8.	- <i>Interior</i> Ruang kelas. - Seorang anak berambut panjang yang duduk sendiri di depan karena bersikap acuh ia juga berubah menjadi monster.	- <i>Voice Over</i> Mungkin kalian hanya diam dan merasa tidak ikut campur, namun secara tidak langsung kalian adalah bagian dari mereka.
9.	- <i>Interior</i> Ruang kelas - Anak berkacamata terlihat sedih dan ingin menangis dengan melirik kekanan dan kekiri.	- <i>Voice Over</i> Semua kenangan buruk tersebut.
10.	- <i>Interior</i> Dalam rumah - Anak berkacamata berada dalam foto dengan ekspresi sedih, dan ada tangan yang sedang meletakkan foto tersebut diatas meja.	- <i>Voice Over</i> Akan selalu mereka ingat sampai tua nanti.

11.	- <i>Interior</i> Dalam rumah - Terlihat seorang nenek berkacamata dan berambut keriting sedang sedih dengan memegang foto di tangannya.	-
12.	- <i>Interior</i> Ruang kelas - Anak berambut panjang yang menjadi monster terlihat sedih dan tidak ingin lagi menjadi monster	- <i>Voice Over</i> Jangan jadi monster
13.	- <i>Interior</i> Ruang kelas - Anak berambut panjang mengulurkan tangan kepada anak berkacamata.	- <i>Voice Over</i> Jadilah pribadi yang lebih baik, sedikit kepedulian yang kalian berikan.
14.	- <i>Interior.</i> Ruang kelas. -terlihat anak berambut panjang dan ana berkacamata sedang asik berbincang.	- <i>Voice Over</i> Akan memberikan perubahan yang berarti.
15.	- Penutup. - Pada layar muncul tipografi bertuliskan <i>Stop bullying</i> .	- <i>Voice Over</i> <i>Stop bullying</i>
16.	- <i>Whitescreen.</i> Muncul logo isi surakara, komunitas sudah dong, dan kota Batu.	-

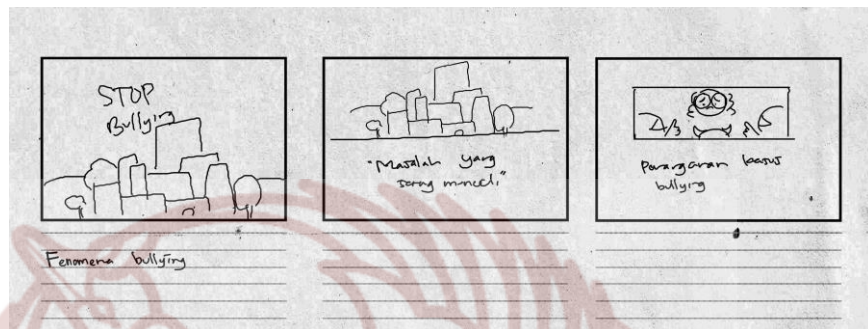
Tabel 5. *Storyline Motion Graphic 2.*
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

7. *Storyboard.*

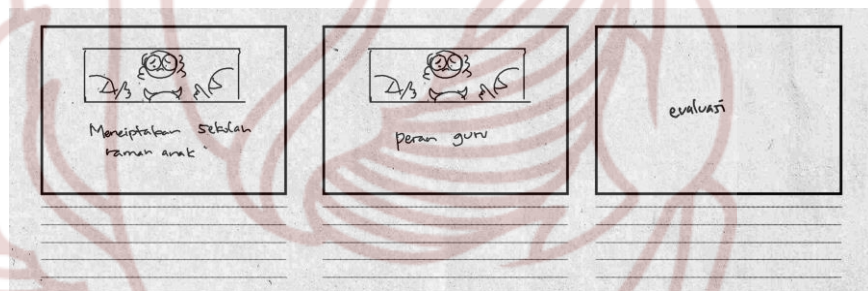
Untuk mendapat hasil yang memuaskan dengan pekerjaan yang runtut, serta mempermudah proses pengerjaan khususnya tahap *compositing storyboard* sangat diperlukan. *Storyboard* merupakan

tafsiran atau kerangka visual dari konsep tertulis, *storyboard* berupa panel bergambar yang mewakili adegan tiap *scene*.

a. *Storyboard Motion Graphic 1.*



Gambar 20. *Storyboard Motion Graphic 1* Bagian 1.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

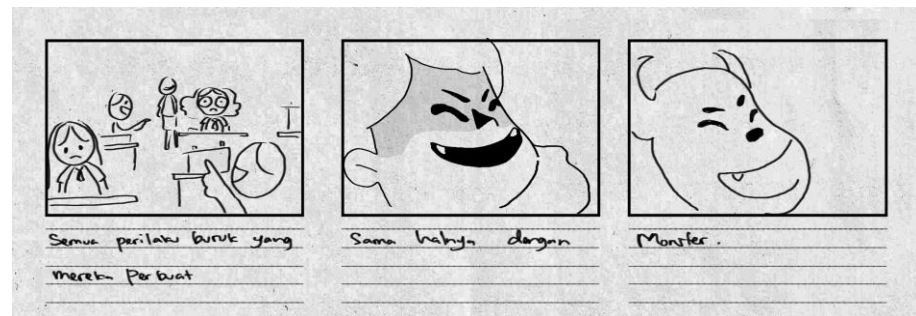


Gambar 21. *Storyboard Motion Graphic 1* Bagian 1.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

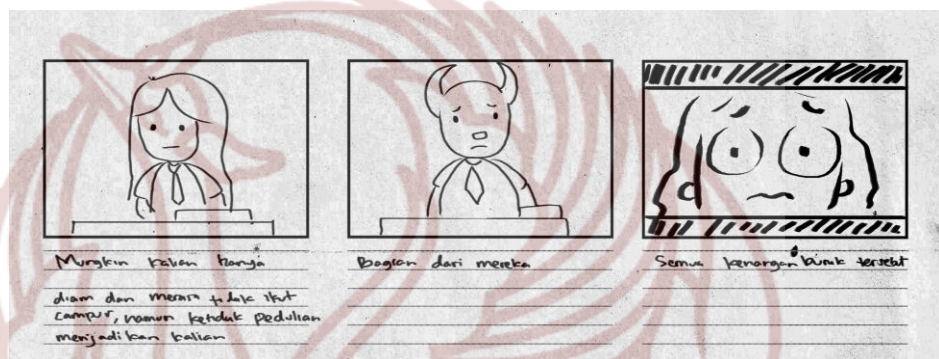
b. *Storyboard Motion graphic 2.*



Gambar 22. *Storyboard Motion Graphic 2* Bagian 1.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 23. *Storyboard Motion Graphic 2 Bagian 2.*
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 24. *Storyboard Motion Graphic 2 Bagian 3.*
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



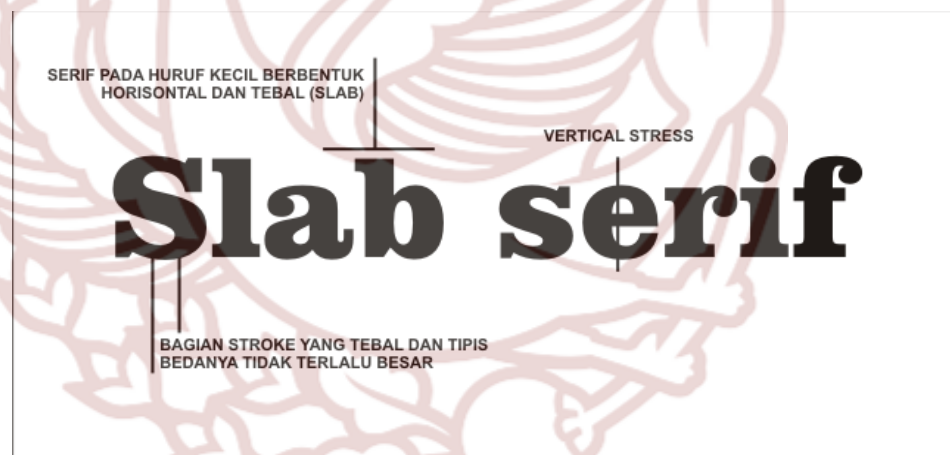
Gambar 25. *Storyboard Motion Graphic 2 Bagian 4.*
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 26. *Storyboard Motion Graphic 2 Bagian 5.*
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

8. Karakter Visual Tipografi

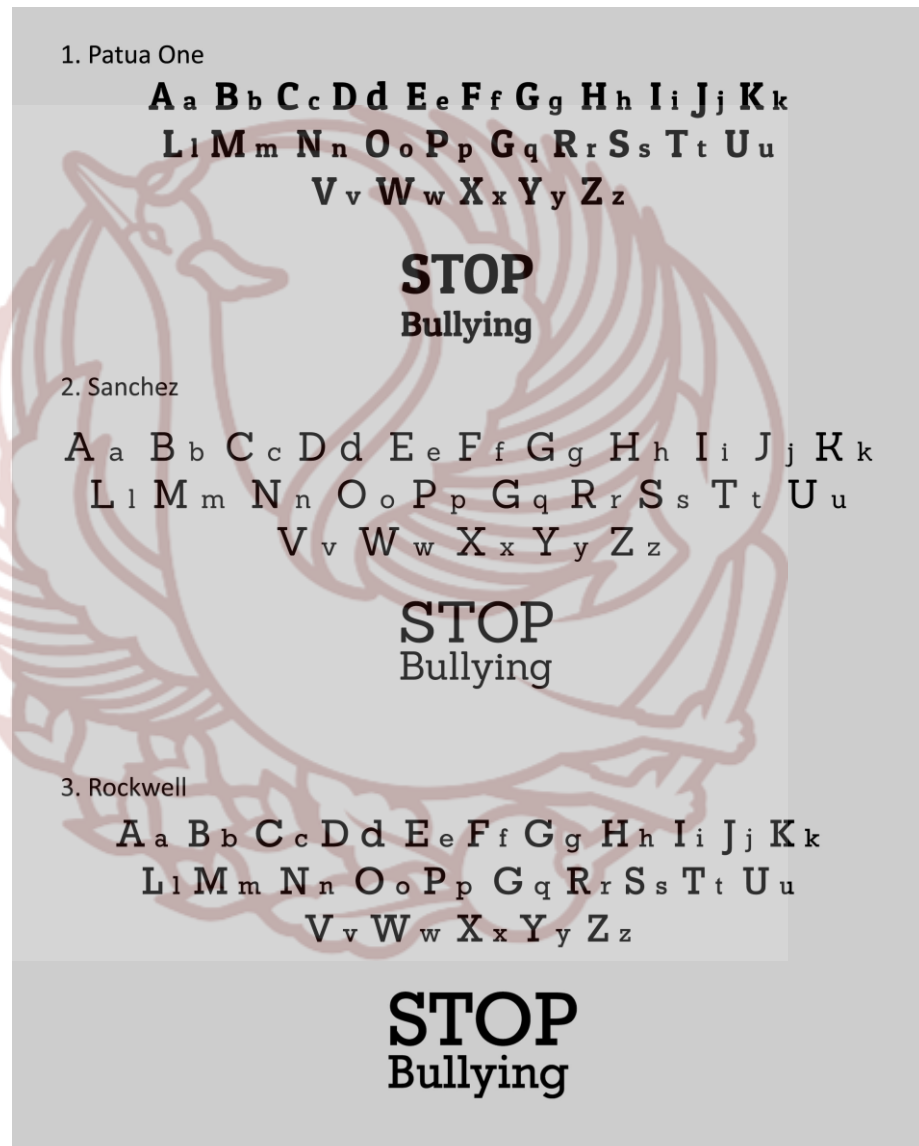
Teks atau tulisan bertujuan untuk memberi penjelasan tambahan pada karya. Setiap huruf memiliki pembawaan dengan fungsinya sendiri, *font* yang dipilih harus sesuai dengan apa yang ingin disampaikan. Untuk menyampaikan suatu penekanan dalam kalimat dengan maksud melawan fenomena tersebut, digunakan karakter huruf jenis *slab serif*. Kelompok huruf *slab serif* ditandai dengan bentuk serif yang tebal bahkan sangat tebal. Masa kemunculan huruf bervariasi dan ikut menandai kemunculan huruf yang berfungsi sebagai penarik perhatian yaitu *header*. (Adi Kusrianto, 2007 : 203)



Gambar 27. Ciri jenis *Font Slab Serif*
(Sumber : <https://almaadin.wordpress.com> diakses 20 Juli 2019, 10:00 WIB)

Headlines dengan huruf yang tebal seperti jenis *slab serif* digunakan untuk menarik perhatian *audience*, ada banyak *font* yang termasuk dalam golongan *slab serif*. Telah dipilih beberapa contoh dari *font slab serif* dengan komposisi bentuk huruf yang tidak terlalu tebal namun tetap tebal seperti *Patua One*, *Sanchez*, dan *Rockwell*. Pemilihan jenis *font* nantinya akan diaplikasikan untuk *headlines*, yaitu

STOP School Bullying. Menurut Adi Kusrianto (2006 : 208 - 210) huruf display biasanya ditampilkan dalam ukuran cukup besar, sedangkan *headlines* sendiri berfungsi untuk mengantarkan pandangan mata pembaca menuju teks pada artikel.



Gambar 28. Contoh *Font Slab Serif*
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

E. Warna.

United Nations (PBB) pada tahun 2012 mendeklarasikan tanggal 4 Mei sebagai hari anti *bullying* sedunia, hari anti *bullying* ini tidak begitu

dikenal oleh publik ujar Retno Listyarti selaku Komisioner KPAI dalam pembukaan acara kampanye memperingati hari anti *bullying* di Kedai Kopi Jhony bersama Hotman Paris (https://youtu.be/pq0lklv18M_8 diakses 20 Juli 2019, 23 : 05 WIB). Peringatan hari anti *bullying* sedunia diwarnai dengan nuansa warna merah muda, tidak hanya pada saat acara tersebut saja namun di beberapa negara lain juga bernuansa merah muda. Baju merah muda dipilih berdasarkan pada suatu kejadian di Amerika seorang anak laki – laki di *bully* karena mengenakan baju merah muda pada hari pertama sekolah. sejak saat itu kejadian mulai menyebar diberbagai negara dikenal sebagai “*pink shirt day*”. Acara kampanye hari anti *bullying* yang diadakan oleh KPAI bersama dengan Hotman Paris, dan beberapa tokoh masyarakat juga mengenakan kaos merah muda sebagai identitas acara yang dikenali secara serentak di semua negara.



Gambar 29. Pembukaan Kampanye Hari Anti Bullying.
(Sumber: www.jawapos.com diakses 20 Juli 2019, 23 : 05 WIB)

Warna merah muda diambil sebagai warna dasar untuk perancangan kampanye anti *school bullying*, namun tidak secara keseluruhan menggunakan warna merah muda agar tampilan yang

dihasilkan tidak monoton karena menggunakan satu warna saja. Warna merah muda akan dikombinasikan dengan beberapa warna lain seperti biru yang memiliki makna tenang, keyakinan, kesetiaan, kebenaran, kemurahan hati, serta perdamaian.



Gambar 30. Kampanye Hari Anti *Bullying*.
(Sumber : www.grid.id , diakses 20 Juli 2019, 23 : 15 WIB)

F. Media Promosi.

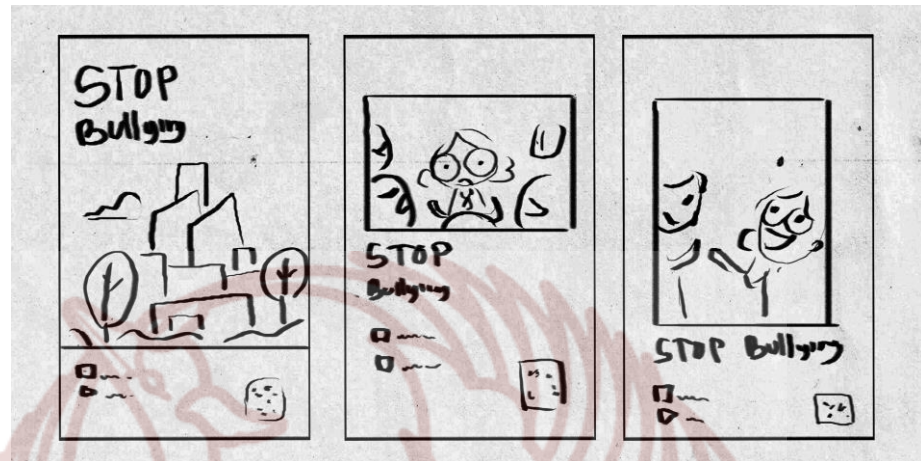
1. Media Sosial.

Hasil video nantinya akan dipublikasikan melalui akun media sosial instagram dan *youtube*. Poster tentang *bullying* nantinya akan di *upload* di instagram begitu pula dengan dan beberapa foto kegiatan nantinya.

2. Poster.

Poster di tujukan untuk kedalam dua jenis media elektronik dan media cetak, poster merupakan media untuk mengiklankan produk. Desain poster untuk media cetak dan elektronik menggunakan satu

desain, dengan kertas ukuran A3 dengan desain vertikal begitu pula dengan poster digital.



Gambar 31. Contoh Desain Alternatif Poster.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

2. Iklan Pop Up.

Iklan *pop up* berupa poster digital yang mempromosikan tentang kampanye anti *bullying* beserta informasi lengkap mengenai akun media sosial.



Gambar 32. Contoh Desain Iklan *Pop Up*.
(Sumber : dailysocial.id/, 2019)

3. Videotron.

Di kota Batu sendiri videotron memiliki berbagai ukuran dan dapat ditemui di beberapa tempat, videotron biasanya menampilkan video iklan layanan masyarakat maupun video yang membahas tentang

kota Batu. Videotron dengan ukuran besar di kota Batu berada di depan alun – alun, di mana alun – alun ini merupakan tempat berkumpul para siswa sepulang sekolah untuk mencari angkutan umum dan sekedar bermain sejenak setiap harinya. Secara tidak langsung mereka merupakan penonton setia videotron yang berada tepat di depan alun – alun kota Batu. Karena tempatnya yang strategis dan khalayak yang sebagian besar adalah target *audience*, *videotron* dipilih sebagai salah satu media untuk mempublikasikan *video motion graphic* anti *school bullying* ini.

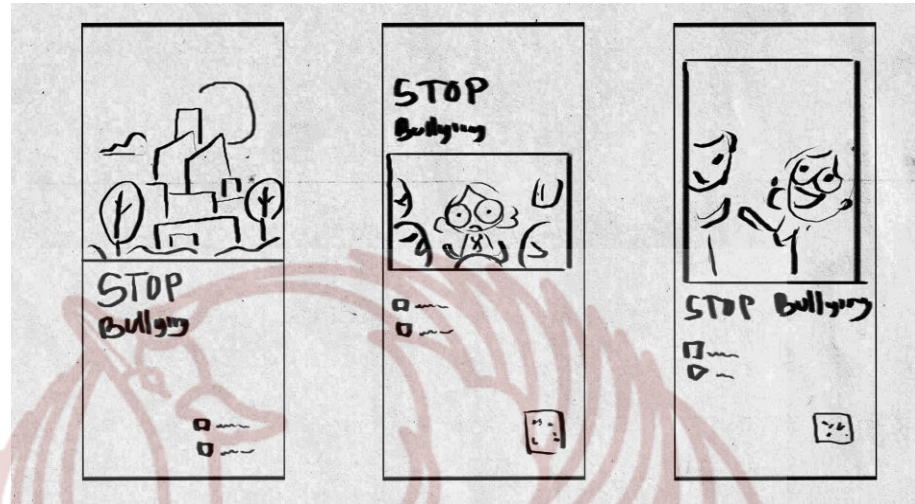


Gambar 33. Contoh Videotron.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

4. *X Banner*.

Media cetak yang digunakan untuk menyampaikan informasi produk kepada khalayak, bentuknya yang dapat menarik perhatian biasanya diletakkan didepan atau pintu masuk ruangan dengan ukuran

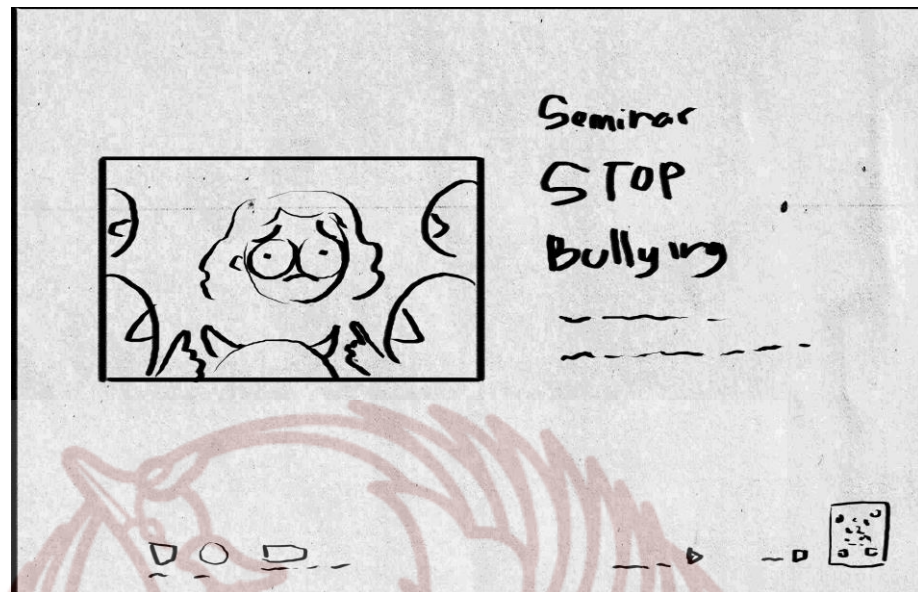
standart 60 × 160 cm. *X banner* digunakan selama acara seminar berlangsung.



Gambar 34. Contoh Alternatif Desain *X Banner*.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

5. *Backdrop Seminar*.

Backdrop seminar digunakana sebagai pelengkap serta identitas acara seminar *Stop bullying* yang nantinya akan diadakan di kantor *block office* kota Batu, berisi gambar tema *bulying* serta judul acara. Ukuran yang digunakan sesuai kebutuhan yaitu dengan lebar dan panjang 225 cm x 350 cm, *backdrop* diletakkan pada bagian depan atau di panggung tepatnya di belakang pembicara yang gunanya dijadikan sebagai *background*.



Gambar 35. Contoh Desain *Backdrop*.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

G. Media Pendukung.

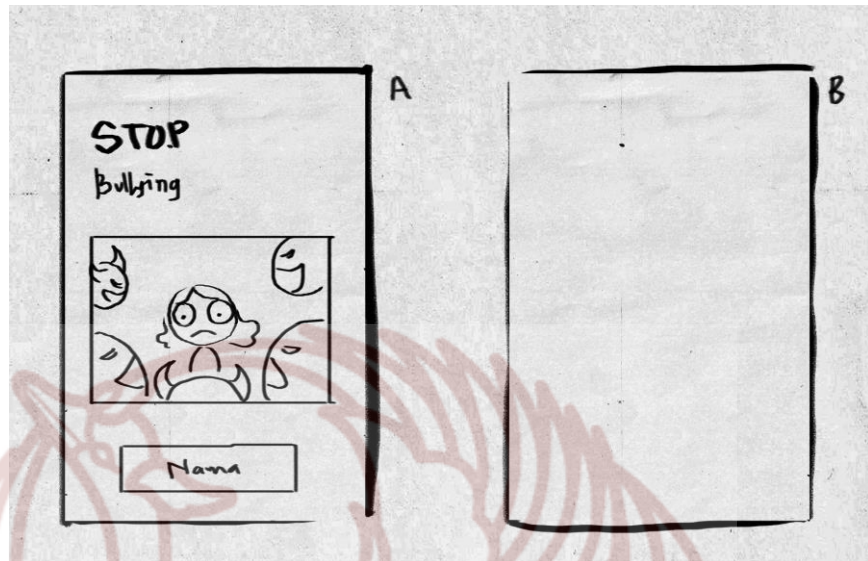
Media pendukung berperan penting dalam kegiatan promosi kegiatan kampanye, namun tidak semua media dapat dijadikan sebagai pendukung dalam kegiatan kampanye. Berikut telah dipilih beberapa media yang sesuai dengan tema dan kegunaannya.

1. Buku Saku.

Buku kecil yang pas dan bisa masuk kedalam kantong untuk dibawa kemana saja, didalam buku saku terdapat beberapa halaman yang membahas tentang *bullying* serta tambahan halaman kosong pada bagian belakang sebagai buku catatan dengan ukuran 14cm x 9cm.

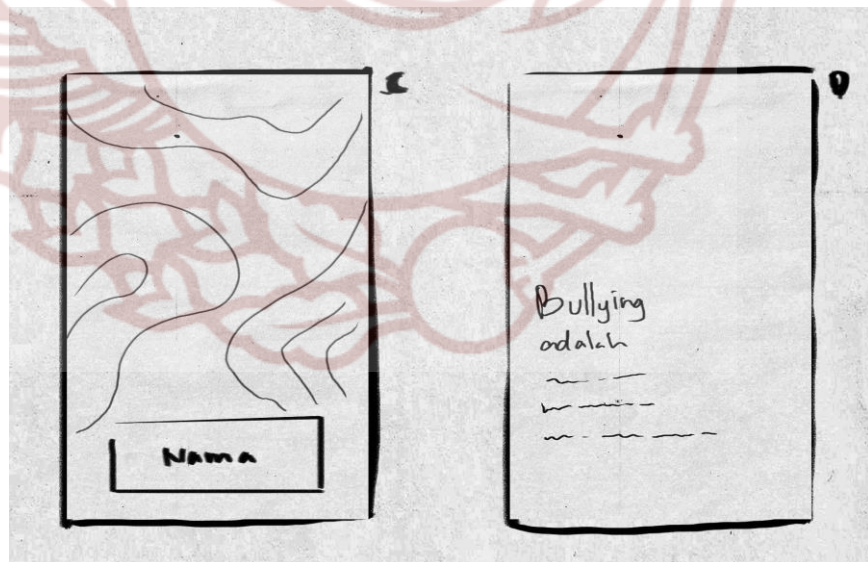
- a. Halaman depan merupakan cover dari buku saku dengan gambar anak yang dikelilingi monster, dan pada bagian bawah akan dilubangi dan diberi plastik bening untuk tempat nama dari halaman belakangnya.

- b. Bagian belakang dari cover hanya halaman kosong.



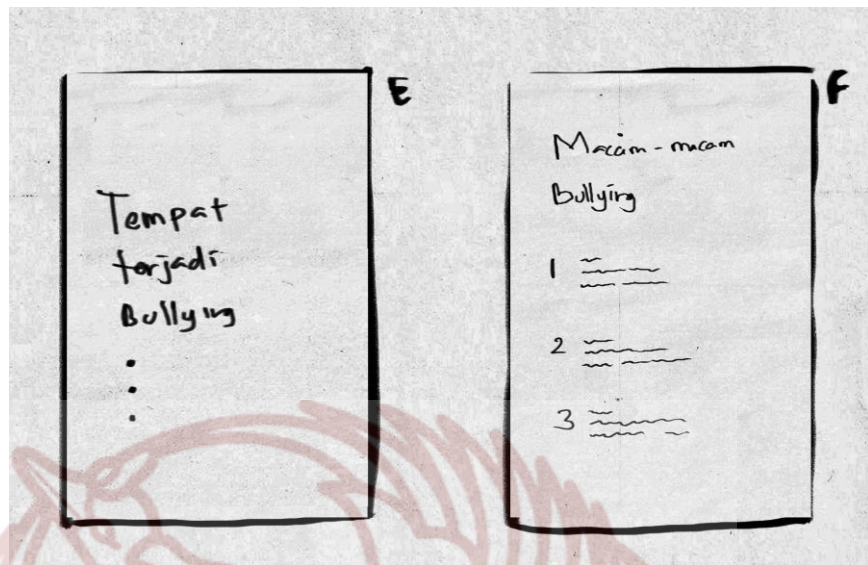
Gambar 36. Desain Buku Saku Bagian A dan B.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

- c. Halaman ketiga bagian bawah adalah tempat untuk menulis nama.
d. Pada halaman ini berisi penjelasan singkat dari *bullying*.



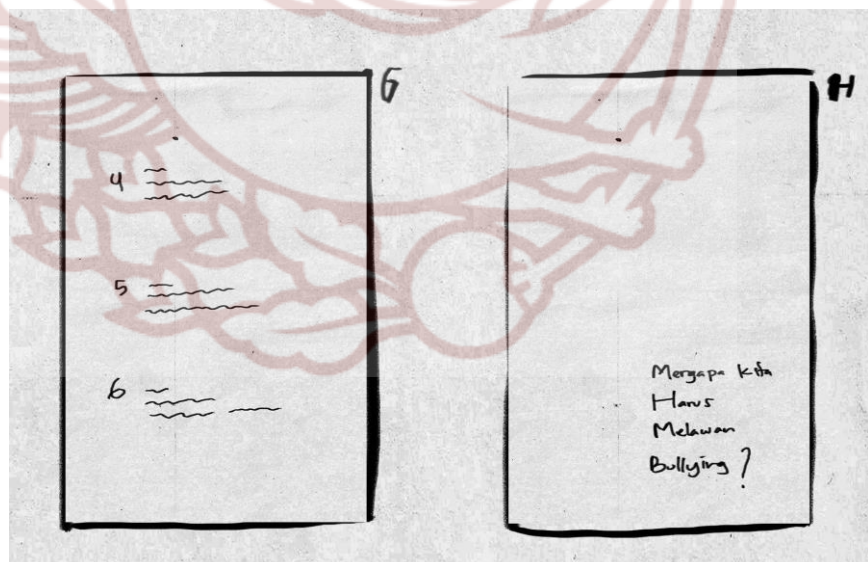
Gambar 37. Desain Buku Saku Bagian C dan D.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

- e. Halaman ini berisi penjelasan singkat tempat terjadinya.
f. Urutan selanjtnya menjelaskan tentang jenis - jenis *bullying*.



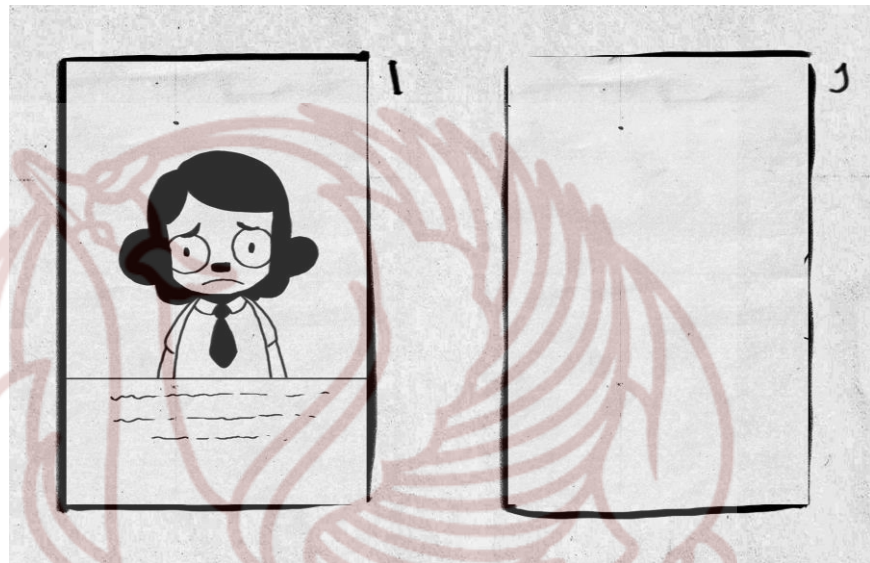
Gambar 38. Desain Buku Saku Bagian E dan F.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

- g. Halaman ini adalah Kelanjutan dari isi halaman sebelumnya.
- h. "Mengapa kita harus melawan *bullying*" dengan isi penjelasan singkat untuk halaman ke delapan ini.



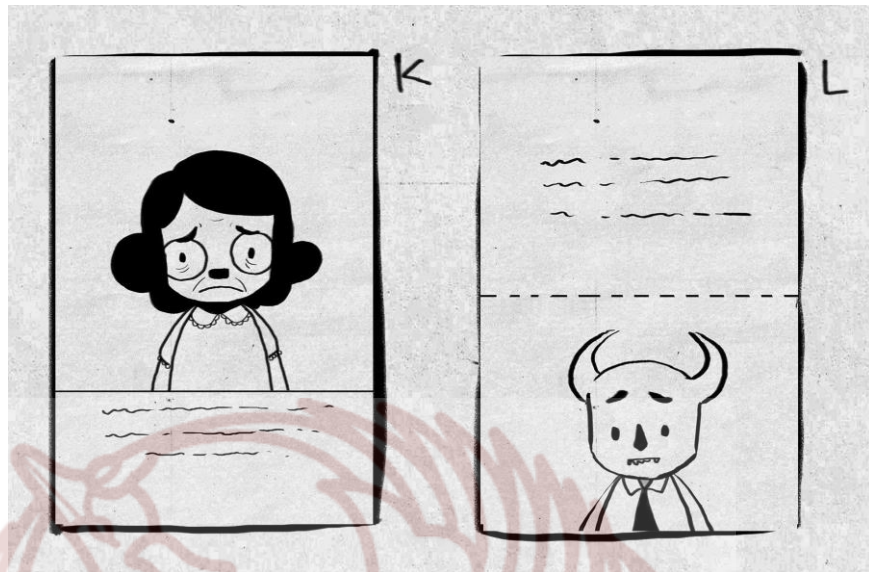
Gambar 39. Desain Buku Saku Bagian G dan H.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

- i. Menjelaskan tentang dampak dari *bullying* ditambah dengan gambar tokoh utama dalam video *motion graphic* dengan ekspresi sedih.
- j. Halaman ini hanya berisi lembar kosong.



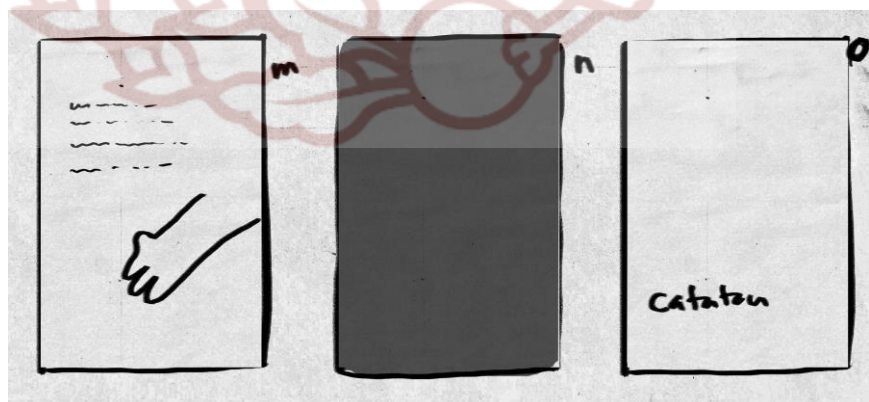
Gambar 40. Desain Buku Saku Bagian I dan J.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

- k. Dengan posisi karakter yang sama seperti halaman sebelumnya, karakter berubah menjadi tua dan dengan baju yang berbeda serta penjelasan yang berbeda.
- l. Pada halaman berisi tentang penjelasan sedangkan bagian bawah berisi gambar monster yang diambil dari adegan yang ada pada video *motion graphic*.



Gambar 41. Desain Buku Saku Bagian K dan L.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

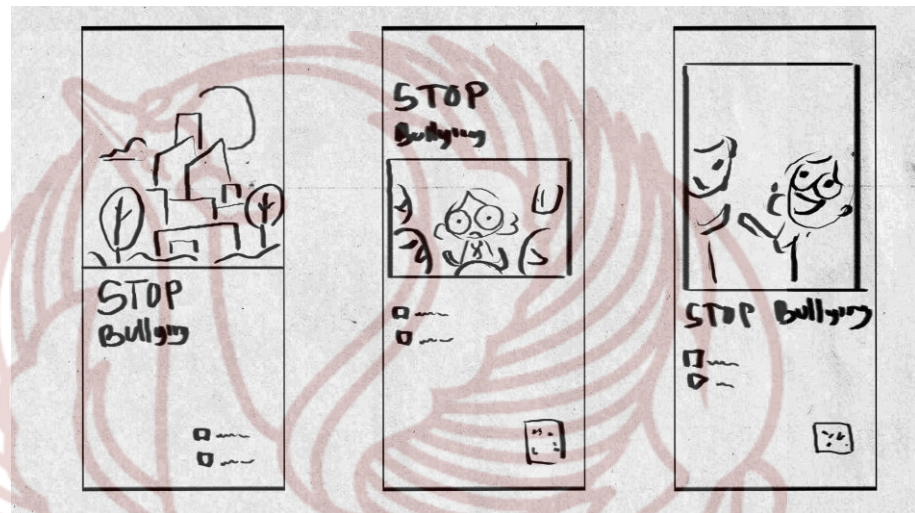
- m. Jadilah pribadi yang lebih baik, peduli dengan keadaan sekitar dan semua orang bisa menjadi pahlawan bagi mereka yang membutuhkan pertolongan.
- n. Berisi halaman kosong berwarna.
- o. Bagian halaman selanjutnya dan seterusnya adalah halaman kosong untuk mencatat.



Gambar 42. Desain Buku Saku Bagian M, N dan O.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

2. Pembatas Buku.

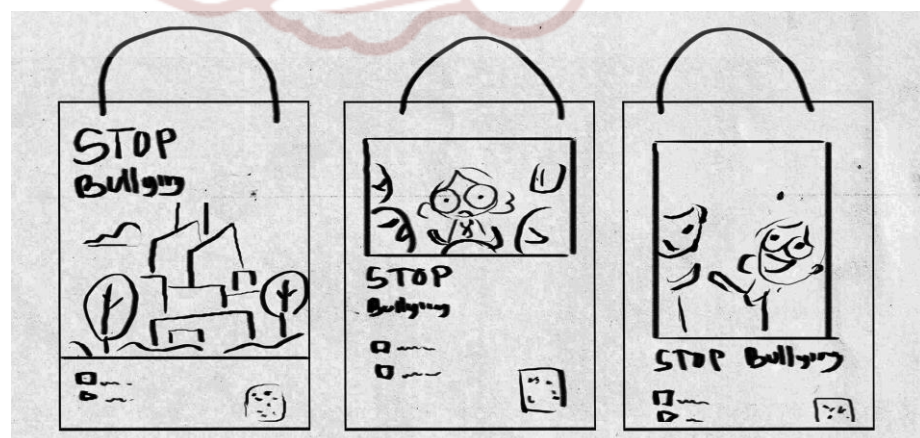
Sesuai kegunaannya sebagai penanda buku tentunya benda ini cukup bermanfaat dalam kegiatan belajar mengajar di sekolah, pembatas buku didesain sama dengan desain *x banner* namun dicetak dengan bahan dan ukuran yang berbeda.



Gambar 43. Contoh Desain Pembatas Buku .
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

3. Paper Bag.

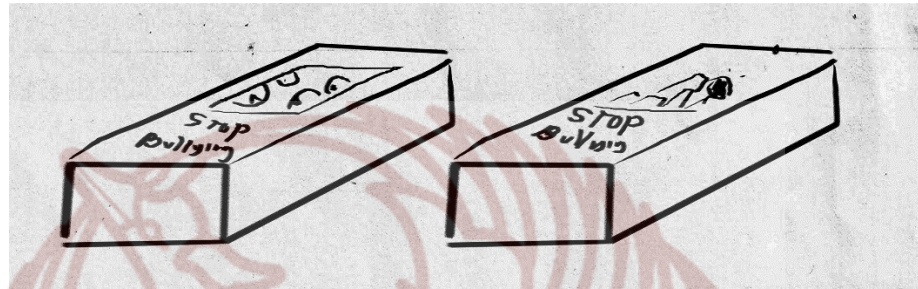
Digunakan sebagai wadah seminar kit agar lebih praktis serta memudahkan peserta seminar untuk membawanya.



Gambar 44. Contoh Desain Paper Bag .
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

4. Kotak Pensil.

Peserta seminar merupakan orang – orang yang rutinitas kesehariannya dekat dengan alat tulis, tentunya kotak pensil dapat bermanfaat dan digunakan dalam kegiatan sekolah.



Gambar 45. Contoh Desain Kontak Pensil .
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

5. Gantungan Kunci.

Menggunakan asset dalam konsep cerita sebagai desain gantungan kunci.



Gambar 46. Contoh Desain Gantungan Kunci .
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

6. Kaos.

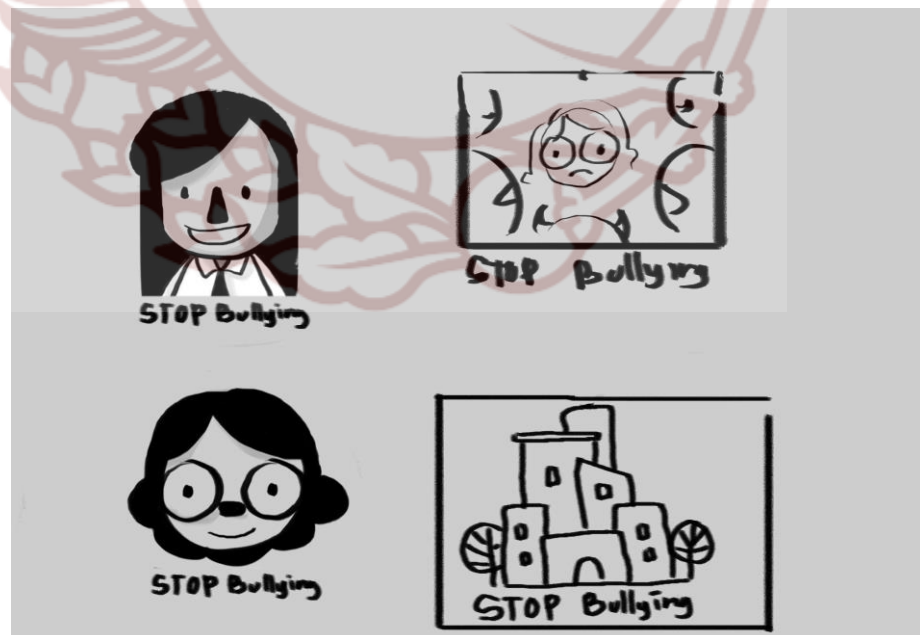
Kaos merupakan media promosi yang cukup efisien dan dapat mencakup semua kalangan, diproduksi secara terbatas hanya sebagai hadiah kuis 2 kaos untuk masing – masing acara seminar.



Gambar 47. Contoh Desain Kaos .
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

7. Stiker.

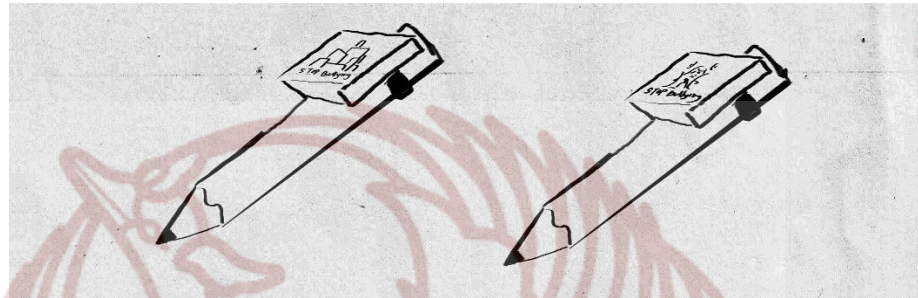
Stiker menggunakan cetakan karakter dari tokoh utama dan tokoh pendukung.



Gambar 48. Contoh Desain Stiker .
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

8. Pensil.

Desain dibuat sama seperti stiker namun dalam bentuk berbeda yang dijamin hiasan pada bagian atas pensil sebagai media pendukung promosi.



Gambar 49. Contoh Desain Pensil .
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

9. Penghapus.

Setelah alat sekolah tempat pensil serta pensil, penghapus dijadikan pelengkap dengan desain sama dengan konsep cerita seperti yang lainnya pada bungkus penghapusnya.



Gambar 50. Contoh Desain Penghapus.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

10. Map.

Map dapat digunakan dalam proses belajar mengajar oleh para guru untuk menyimpan berkas penting didalamnya, desain map tidak jauh berbeda dengan desain media promosi lainnya yaitu

menggunakan desain konsep dari cerita berupa karakter dan visual lainnya.



Gambar 51. Contoh Desain Map .
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

11. Jam Dinding.

Desain jam dinding dibuat tidak jauh beda dengan yang lain dengan menggunakan bahan desain yang sama, desain latar belakang jam dinding dibuat tidak terlalu mencolok agar tidak mempersulit pengguna. Jam dinding nantinya akan dibagikan kepada peserta seminar dalam acara kuis saat acara berlangsung, jam dinding diproduksi terbatas 3 buah untuk setiap acara seminar.



Gambar 52. Contoh Desain Jam Dinding .
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

BAB IV

PENCIPTAAN KARYA

A. Desain Karakter.

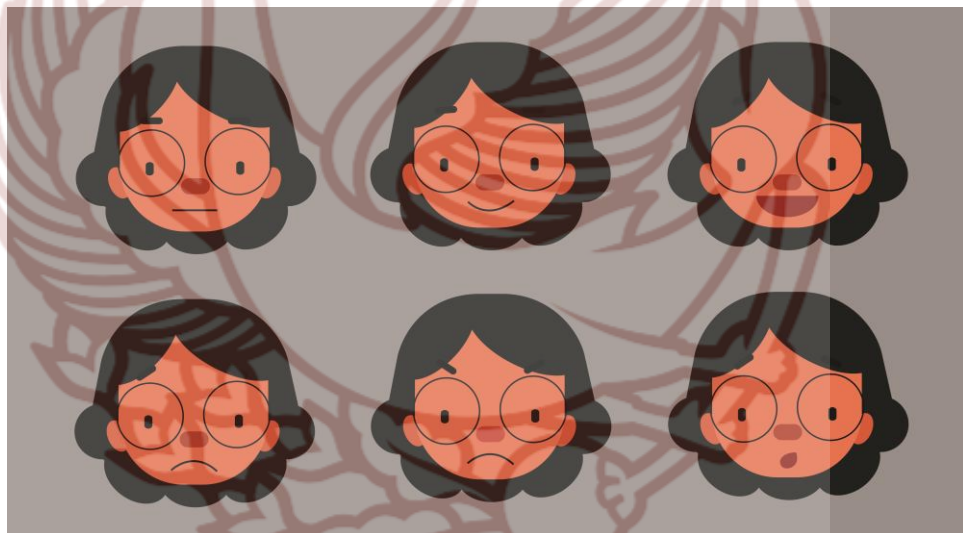
Pada bab sebelumnya telah membahas proses menemukan karakter dengan beberapa alternatif desain untuk beberapa tokoh, secara garis besar kostum yang digunakan ialah seragam smp dimana seragam ini memiliki warna paten dan secara keseluruhan semua warna seragam sekolah menengah pertama di Indonesia ialah warna biru untuk bawahan dan putih untuk atasan. Untuk bagian warna kulit menggunakan warna ciri khas orang Indonesia sawo matang atau kuning langsung, yang membedakan antar karakter hanya sedikit perbedaan lebih gelap maupun lebih terang. Bagian lain seperti rambut menggunakan warna hitam, dan warna hitam ialah ciri khas warna rambut yang dimiliki oleh orang Indonesia.

1. Karakter Korban *Bullying*.

Karakter korban merupakan tokoh utama dalam cerita, dalam konsep diceritakan tokoh utama mengalami berbagai penindasan di sekolah namun tidak semua jenis *bullying* nantinya akan ditampilkan dalam video karena akan memakan banyak waktu. Karakter korban digambarkan sebagai seorang anak usia sekolah menengah pertama yang tidak memiliki teman, dengan ciri fisik berkacamata dan berambut keriting. Ukuran tubuhnya juga tidak terlalu tinggi namun tidak juga pendek, serta raut wajah yang kerap terlihat sedih karena sering *dibully*.



Gambar 53. Desain Karakter
Menggunakan *Adobe Illustrator*.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 54. Desain Ekspresi Karakter Korban
Menggunakan *Adobe Illustrator*.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

2. Karakter Pelaku *Bullying*.

Desain karakter untuk pelaku *bullying* ialah monster dengan bentuk visual yang diadaptasi dari banteng (*bull*), secara garis besar banteng memiliki ciri khas yaitu dua tanduk runcingnya. Untuk konsep warna kulit dipilih merah, warna merah menyimbolkan kekejaman, agresif, marah, dan

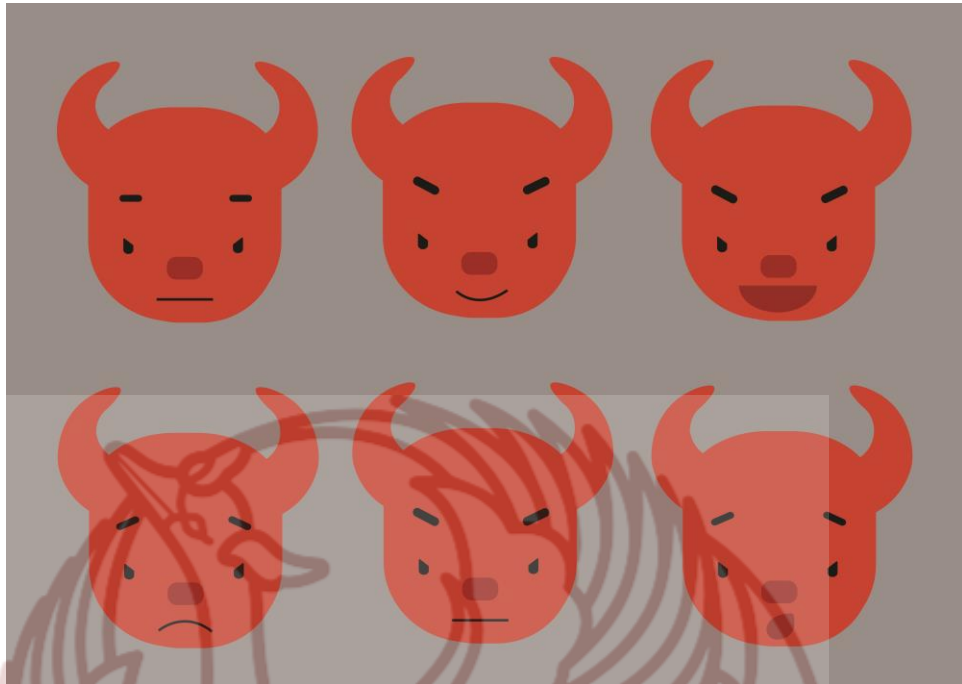
perselisihan hal ini sesuai dengan sifat pelaku yang ingin ditonjolkan. Berikut desain karakter pelaku dengan wujud monster laki – laki dan perempuan, perbedaan karakter hanya terdapat pada jenis seragam yang dipakai, celana untuk laki – laki dan rok untuk perempuan.



Gambar 55. Desain Karakter Pelaku Perempuan
Menggunakan *Adobe Illustrator*.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 56. Desain Karakter Pelaku Laki – Laki
Menggunakan *Adobe Illustrator*.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 57. Desain Ekspresi Pelaku .
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

3. Karakter Pendukung.

Konsep desain karakter pendukung merupakan pihak yang menjadi penolong serta teman yang peduli membantu korban, karakter penolong ini memiliki sifat yang baik. Sifat orang terkadang tidak sesuai dengan fisik mereka, penampilan tidak selalu menjadi patokan bagaimana sifat orang tersebut. Karena tidak memiliki ciri khusus sesuai dengan pembahasan sebelumnya karakter pendukung ini dibuat berbanding terbalik dengan korban agar khalayak lebih mudah membedakan karakter meski dilihat hanya sekilas. Karakter pendukung ini memiliki warna kulit yang sedikit lebih terang dibanding dengan karakter korban, rambut lurus, tidak memakai kaca mata, serta sedikit lebih tinggi.



Gambar 58. Desain Karakter Pendukung
Menggunakan *Adobe Illustrator*.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 59. Desain Ekspresi Karakter Pendukung
Menggunakan *Adobe Illustrator*.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

B. Tipografi

Warna pink merupakan warna dasar yang digunakan sebagai identitas kampanye anti *bullying*, namun tidak digunakan secara keseluruhan . Pink digunakan sebagai latar untuk tipografi “ *Stop Bullying*” atau sebaliknya, warna pink dikombinasikan dengan warna biru. Berikut alternatif desain *background* beserta tipopgrafi yang digunakan.



Gambar 60. Desain Alternatif Tipografi
Menggunakan *Adobe Illustrator*.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

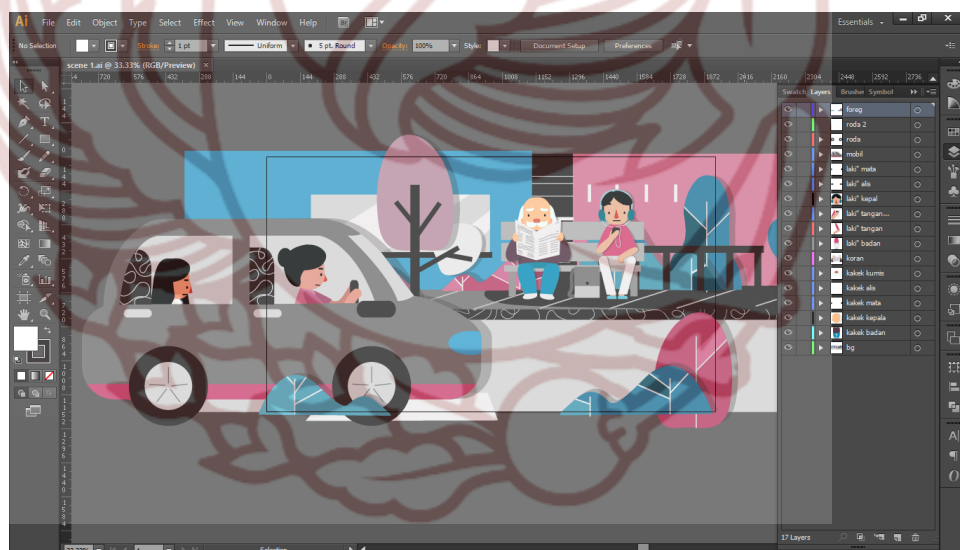
C. *Motion Graphic*.

Motion graphic sebagai media kampanye anti *bullying* ini ditunjukkan saat acara seminar berlangsung sebagai media menyampaikan informasi dalam bentuk visual sebagai ringkasan garis besar semua materi yang telah disampaikan. *Motion graphic* untuk seminar pertama mencakup materi seminar, berbeda dengan *motion graphic* ke dua. Selain untuk ditayangkan pada acara

seminar, nantinya juga akan diunggah di akun media sosial instagram dan youtube secara bersamaan setelah semua proses kegiatan selesai.

1. Digital Gambar.

Sketsa gambar manual dari *storyboard* didigitalkan menggunakan *adobe illustrator CS6* dengan ukuran area kerja 1920 x 1080, dan mode warna RGB untuk pembuatan video. Penataan gambar yang akan digerakan nantinya dipisahkan pada tiap layernya, untuk mempermudah pengerjaan pada tahap selanjutnya. Contohnya seperti tangan yang digerakan harus dibuat pada layer terpisah dengan badan, agar pada saat proses menggerakkan tangan badan karakter tidak ikut berubah.

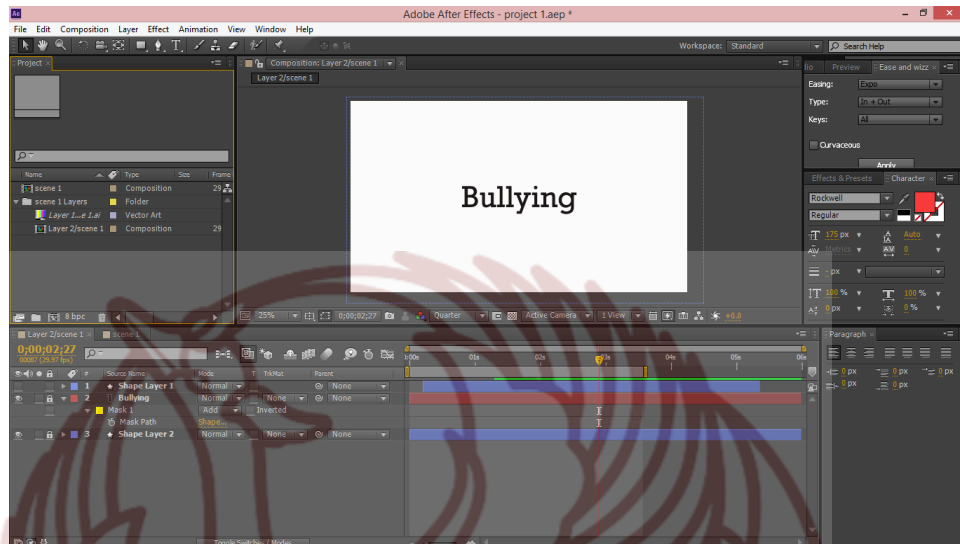


Gambar 61. Proses Digital Gambar Tiap Scene.
Menggunakan *Adobe Illustrator*.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

2. Compositing.

Setelah melewati tahap digitalisasi gambar, proses selanjutnya ialah menggerakkan gambar gambar tersebut menjadi satu kesatuan gerak sesuai

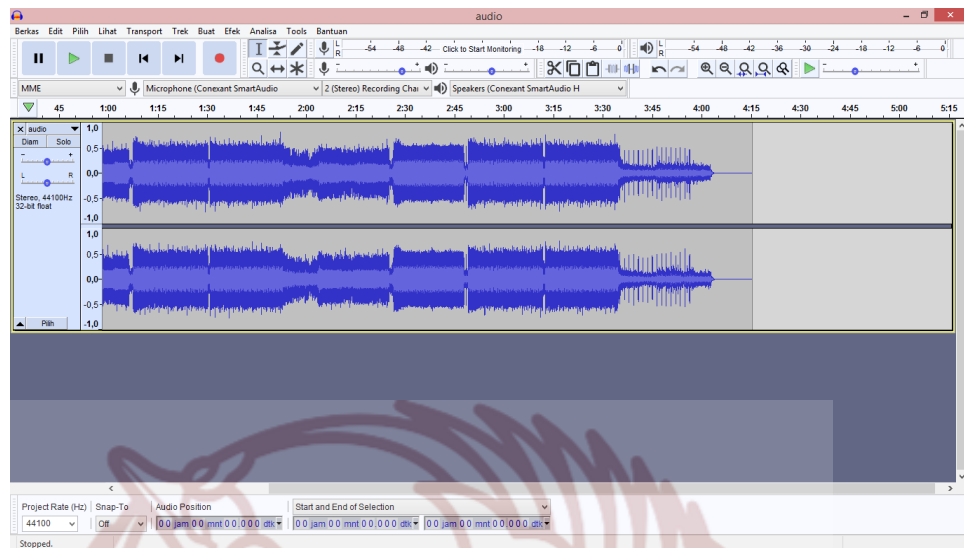
dengan alur cerita. Gambar yang digerakkan terpisah tiap *scene* terlebih dahulu untuk mempermudah pengerjaan agar tidak terjadi kesalahan.



Gambar 62. Proses *Compositing* Menggunakan *Adobe After Effect*.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

3. *Editing* Audio.

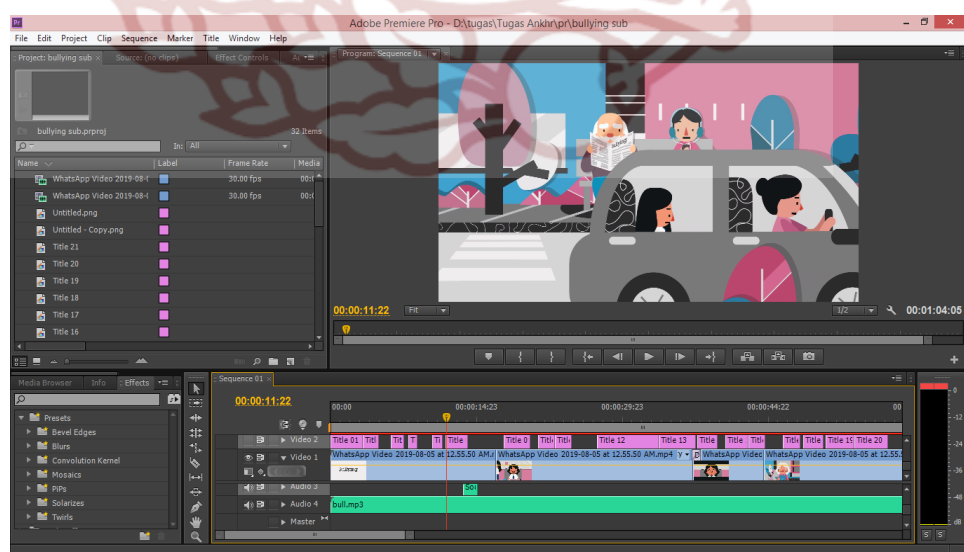
Tahapan selanjutnya setelah semua *scene* selesai digerakkan dan menjadi satu kesatuan ialah, pengambilan audio berupa *voice over* untuk melengkapi *motion graphic*. Materi *voice over* sesuai dengan naskah yang telah disusun pada *storyline*, dan sesuaikan dengan adegan dalam *motion graphic*. Pengambilan audio direkam menggunakan *handphone* kemudian diedit menggunakan *software audacity* untuk menghilangkan suara *noise* atau suara berisik yang ikut terekam agar suara yang digunakan terdengar lebih bersih. Menghilangkan suara *noise* dengan memilih frekuensi suara *noise* pada area kerja saat memutar audio, setelah memilih frekuensi suara *audacity* menyediakan pengaturan secara otomatis untuk menghilangkan suara sesuai frekuensi yang telah dipilih. Setelah selesai hasil akhir audio diekspor kedalam format mp3 untuk tahapan selanjutnya.



Gambar 63. Proses *Editing* Audio Menggunakan *Audacity*.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

4. Proses *Editing*.

Tahapan terakhir setelah semua proses selesai ialah menyatukan semua *scene* yang sudah digerakkan sebelumnya dengan audio. Proses penggabungan ini menggunakan *adobe premiere* CS6, yang juga menyediakan beberapa efek transisi sesuai kebutuhan seperti *dissolve*. Efek transisi *dissolve* yang digunakan hanya 2 yaitu *dip to white* dan *dip to black*.



Gambar 64. Proses *Editing* Menggunakan *Adobe Premiere*.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

5. Motion Graphic 1.

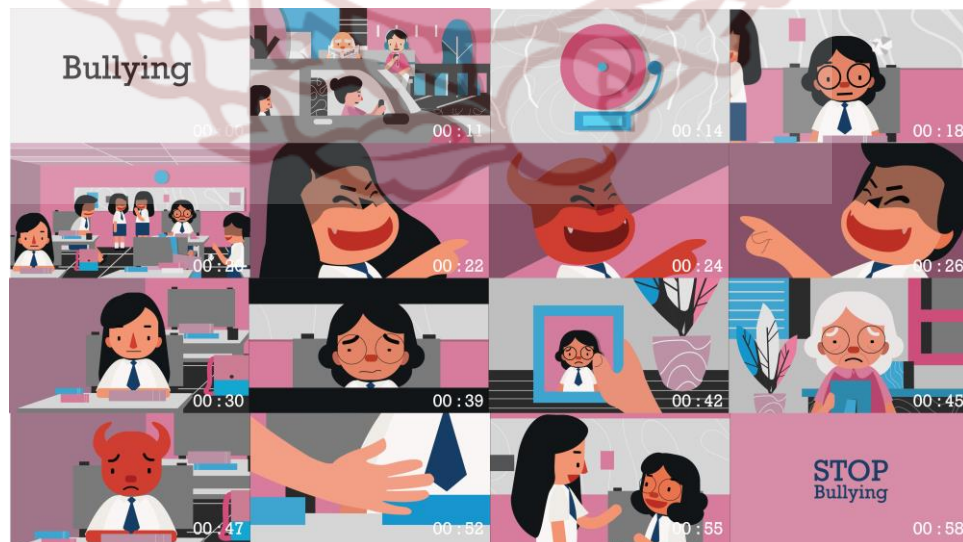
Motion graphic sederhana untuk keperluan presentasi seminar hari pertama dengan muatan materi yang nantinya akan dibawakan oleh pemateri.



Gambar 65. Screenshot Video Motion Graphic 1.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

6. Motion Graphic 2.

Motion graphic ke-2 dengan konsep yang lebih kompleks dan memiliki alur cerita sesuai dengan target *audience*. dan mencakup secara garis besar tentang materi *bullying*.



Gambar 66. Screenshot Video Motion Graphic 2.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

Tidak semua prinsip animasi diterapkan dalam *motion graphic*, contoh beberapa prinsip yang diterapkan *staging*, *squash and stretch* pada setiap gerakan karakter, serta *anticipation* dan *arcs* pada *scene* mengulurkan tangan. Pada awal visual dalam cerita *motion graphic* menampilkan tipografi bertuliskan *bullying*, kemudian dilanjutkan dengan gambar dua orang laki – laki tua dan muda sebagai gambaran *bullying* bisa menimpa siapa saja. Kemudian cerita selanjutnya menggambarkan tentang *bullying* disekolah dengan latar belakang di dalam kelas. Jenis *bullying* yang ditampilkan ialah *bullying* verbal pada menit ke 00:20 – 00:26, serta *bullying* fisik dengan melemparkan kertas pada menit ke 00:18. Selanjutnya cerita ditutup dengan menyadarkan orang sekitar agar lebih peduli dengan keadaan sekitar.

D. Media Kampanye.

Kampanye anti *school bullying* ini dalam pelaksanaannya membutuhkan beberapa media, sebagai pengaplikasian karya agar sampai dan dapat diterima oleh khalayak. Berikut pengaplikasian media kampanye yang sesuai dengan perancangan sebelumnya.

1. Poster Acara.

Poster acara ditujukan untuk memberikan informasi tentang jadwal kegiatan seminar yang akan diadakan, tempat kegiatan, ditujukan kepada siapa, materi yang disampaikan serta pemateri yang mengisi acara seminar nantinya. Poster acara ini dicetak dengan ukuran A3 *extentions* 33cm x 45,7 cm.

a. Desain 1.



Gambar 67. Desain 1 Poster Acara Menggunakan *Adobe Illustrator*.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

b. Desain 2.

Desain selanjutnya menunjukkan adegan seorang anak yang sedang ditertawakan oleh beberapa teman disekelilingnya dengan wujud monster. Poster nantinya akan dipublikasikan di akun media sosial instagram, serta di cetak dengan ukuran A3 *extensions* 33cm x 45,7 cm.



Gambar 68. Desain 2 Poster Acara Menggunakan Adobe Illustrator.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

2. Poster Pop Up.

Iklan *pop up* atau iklan sembulan ini biasanya muncul secara tiba – tiba saat mengunjungi web maupun menggunakan beberapa aplikasi *online* contohnya seperti game *online*. Konsep poster *pop up* sama seperti desain poster acara yang membedakan hanya muatan informasi didalamnya, iklan *pop up* hanya berisi tentang informasi media sosial instagram serta *youtube* yang bisa dikunjungi oleh pengguna untuk informasi lebih lanjut. Iklan *pop up* bisa dihilangkan apabila pengguna merasa terganggu dengan menekan tanda silang yang biasanya berada dibagian pojok gambar.

a. Desain 1.

Konsep desain poster acara menggunakan gambar bangunan sekolah bernuansa pink dengan identitas tipografi acara *stop bullying*.



Gambar 69. Desain 1 Iklan *Pop Up* Menggunakan *Adobe Illustrator*.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

b. Desain 2.

Desain menggunakan adegan seorang anak yang sedang ditertawakan dengan wajah murung karena hal tersebut. Konsep ini memvisualisasikan fenomena *bullying* sesuai dengan topik bahasan.



Gambar 70. Desain 2 Iklan *Pop Up* Menggunakan *Adobe Illustrator*.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

3. *Backdrop* Seminar.

Sebagai pelengkap acara *backdrop* diletakkan di belakang pemateri dengan ukuran yang cukup besar menyesuaikan tempat seminar, *backdrop* dicetak dalam ukuran 225 cm x 350 cm.



Gambar 71. Desain *Backdrop* Seminar.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

4. *X Banner*.

Media *x banner* digunakan sebagai properti dalam acara seminar nantinya dan diletakkan di pintu masuk ruangan acara seminar. *X banner* dicetak dengan ukuran standart 60 × 160 cm. Desain *x banner* dibuat serupa dengan poster *pop up* yang berisi tentang informasi akun media sosial.



Gambar 72. Desain Alternatif X Banner.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

5. Videotron.

Videotron merupakan salah satu media elektronik yang akan digunakan untuk mempublikasikan video *motion graphic* secara umum di depan alun – alun. Video *motion graphic* dipublikasikan lewat videotron setelah semua rangkaian acara selesai dilaksanakan.



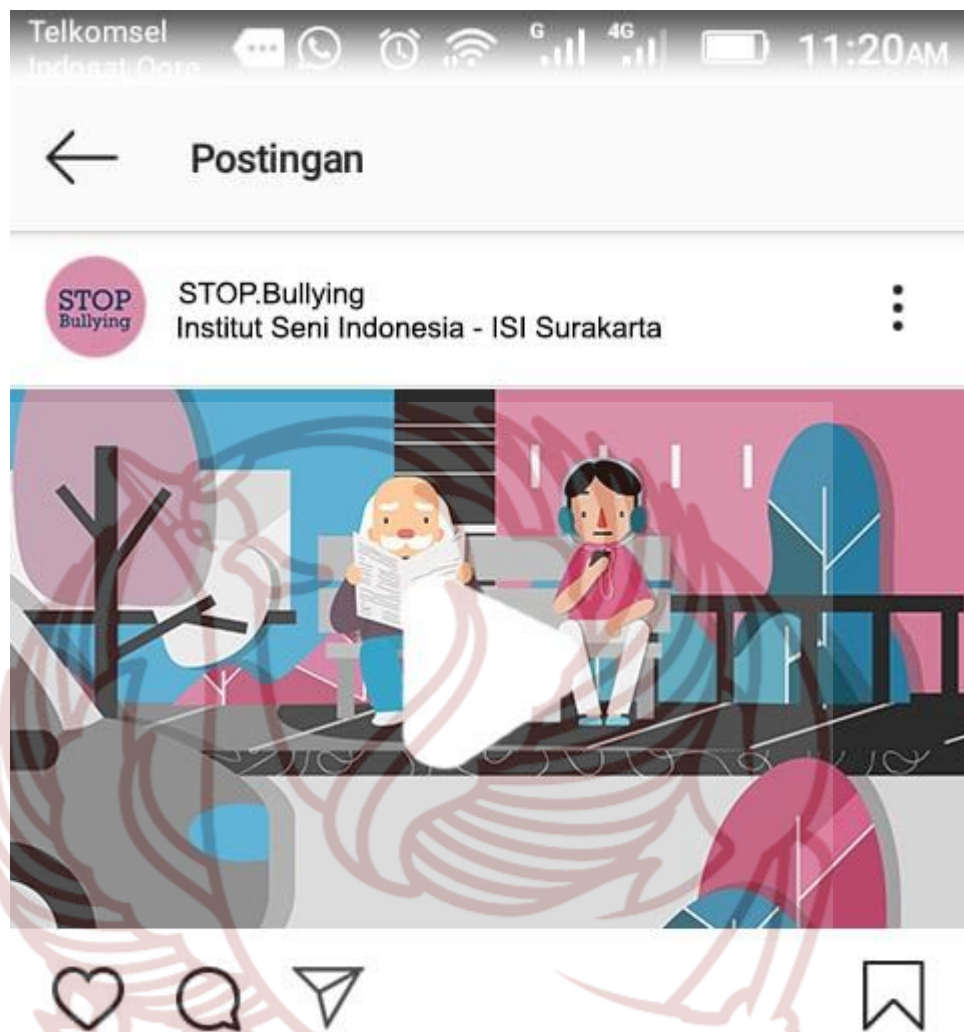
Gambar 73. *Motion Graphic* dengan Media Videotron.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

6. Sosial Media.

Hasil *motion graphic* anti *school bullying* akan di *post* pada akun sosial media instagram dan youtube.



Gambar 74. Youtube *Post*.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 75. Instagram *Post*.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

E. Media Pendukung.

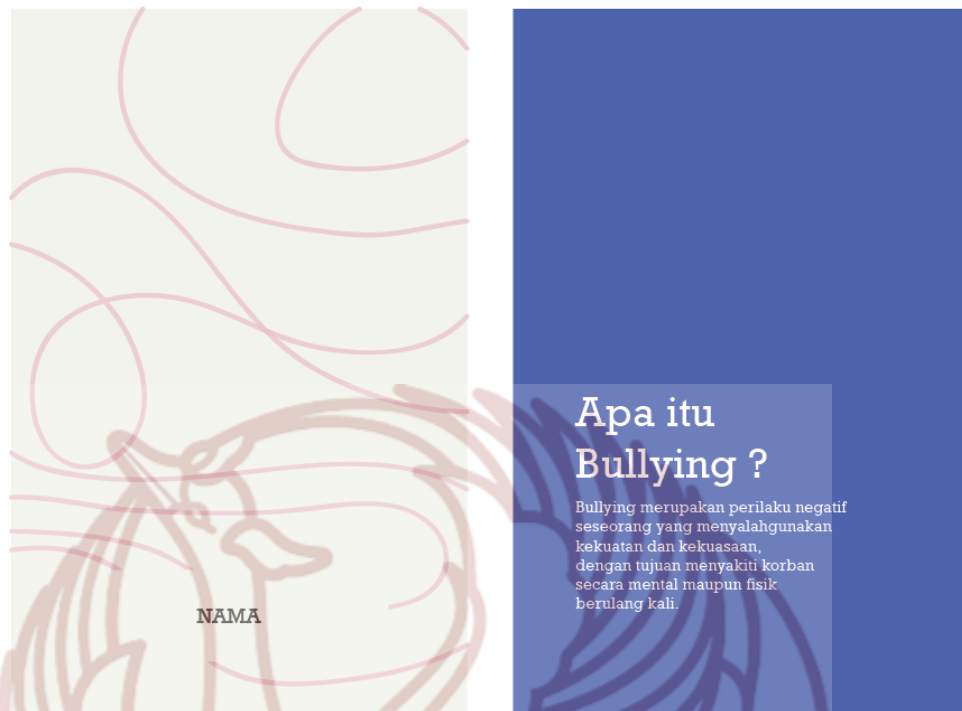
Media pendukung cukup berperan penting dalam menunjang proses kegiatan kampanye, khususnya saat acara seminar. Media pendukung ini tentunya menggunakan tema yang sama dengan beberapa media sebelumnya, yang membeda hanya media pengaplikasiannya. Berikut beberapa contoh pengaplikasian desain kampanye kedalam media yang sudah dipilih berdasarkan manfaat dan kegunaannya yang sesuai dengan target *audience*.

1. Buku Saku.

Buku saku ini terdiri dari beberapa lembar halaman yang berisi materi singkat tentang *bullying* dan sebagian besar lainnya merupakan halaman kosong yang dapat digunakan sebagai buku catatan. Warna serta desain yang digunakan sebagian besar diambil dari video *motion graphic*. Contoh desain halaman buku saku yang berisi tentang materi singkat.



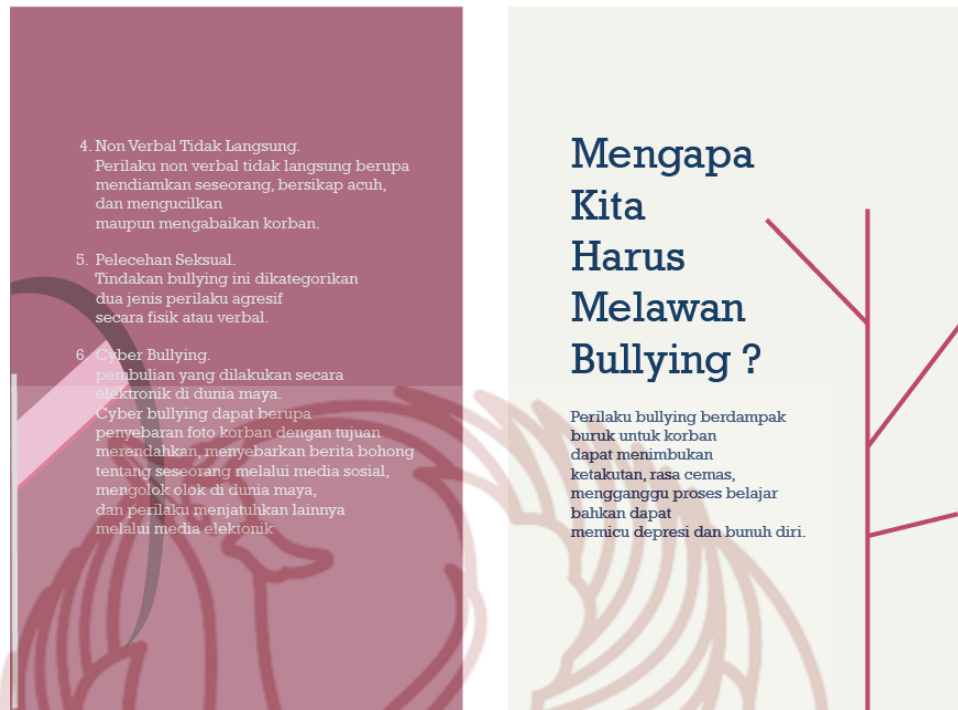
Gambar 76. Desain Buku Saku.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



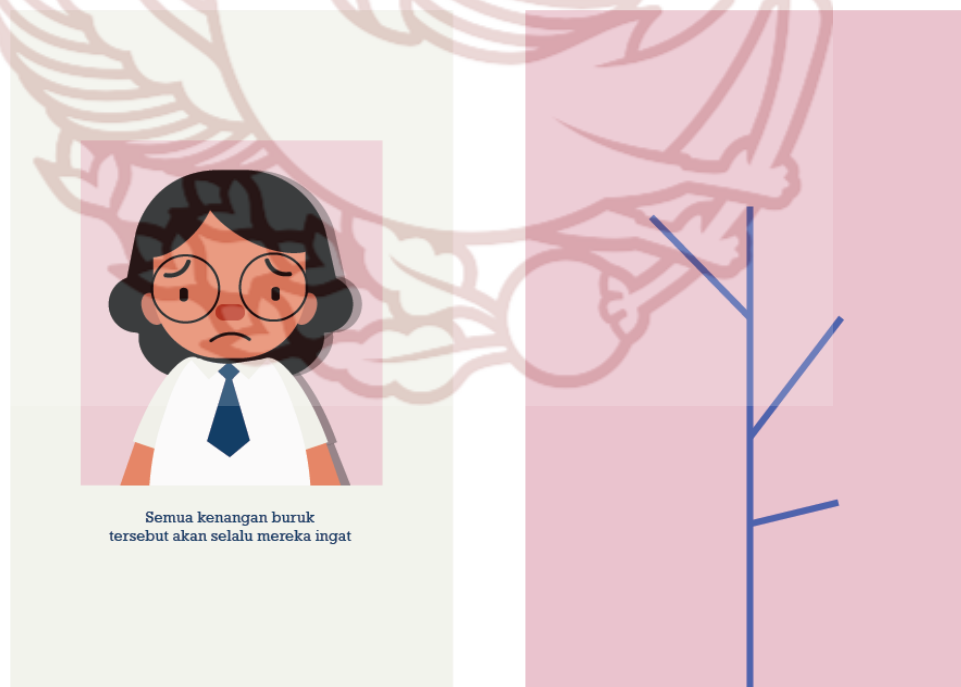
Gambar 77. Desain Buku Saku Halaman 1 dan 2.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 78. Desain Buku Saku Halaman 3 dan 4.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



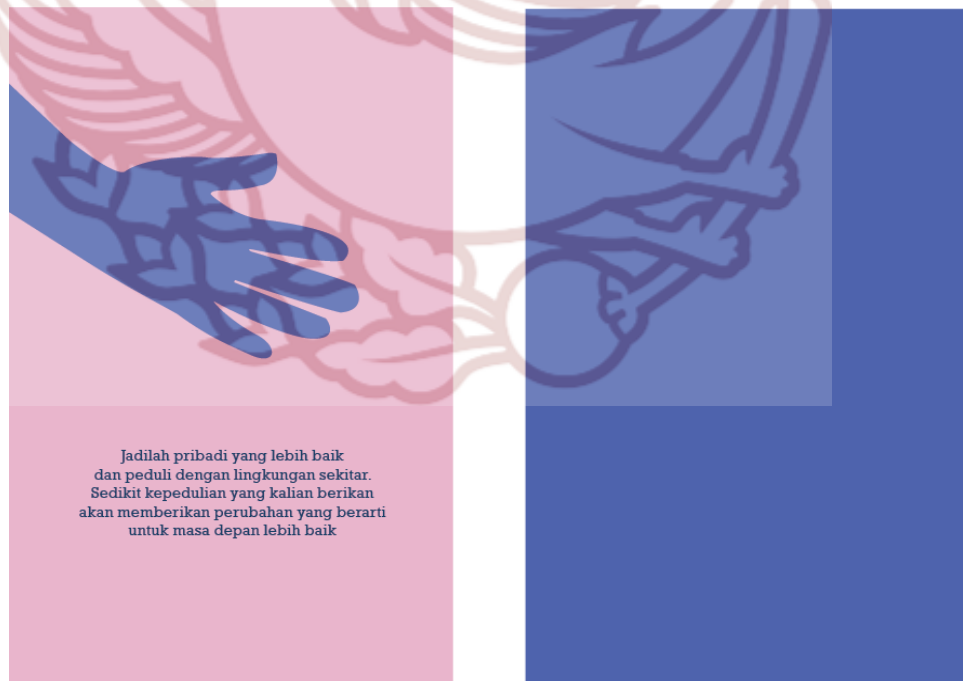
Gambar 79. Desain Buku Saku Halaman 5 dan 6.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 80. Desain Buku Saku Halaman 7 dan 8.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 81. Desain Buku Saku Halaman 9 dan 10.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 82. Desain Buku Saku Halaman 11 dan 12.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

2. Pembatas Buku.

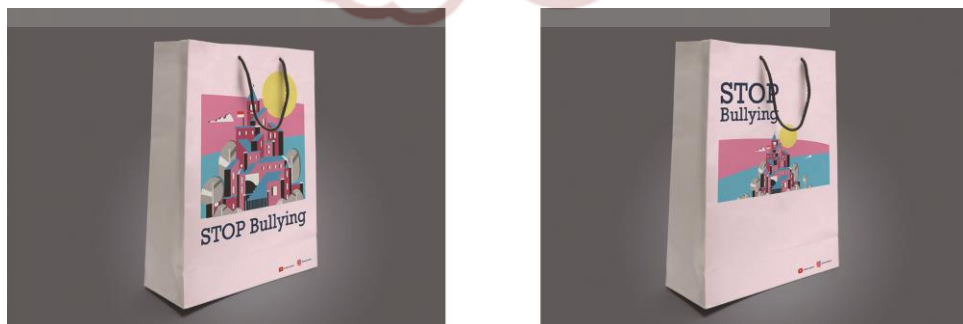
Desain pembatas buku serupa dengan desain *x banner*, pembatas buku ini menggunakan ukuran 12 cm x 5,5 cm.



Gambar 83. Desain Pembatas Buku.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

3. Paper Bag.

Media pengaplikasian selanjutnya *paper bag* dengan desain gambar pada bagian muka, serta warna dasar yang menyesuaikan gambar. Menggunakan bahan kertas *art carton* dengan ukuran tinggi 36 cm, lebar 27 cm dan tebal 12 cm.



Gambar 84. Desain Paper Bag A.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 85. Desain *Paper Bag B*.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

4. Kotak Pensil.

Yellow board merupakan bahan dasar dalam pembuatan kotak pensil ini, *yellow board* dibungkus dengan kertas desain pada bagian luar agar terlihat lebih rapi. Kotak pensil memiliki ukuran panjang 20 cm, lebar 6 cm dan tebal 3,5 cm. Warna merah muda digunakan untuk warna dasar kotak pensil.



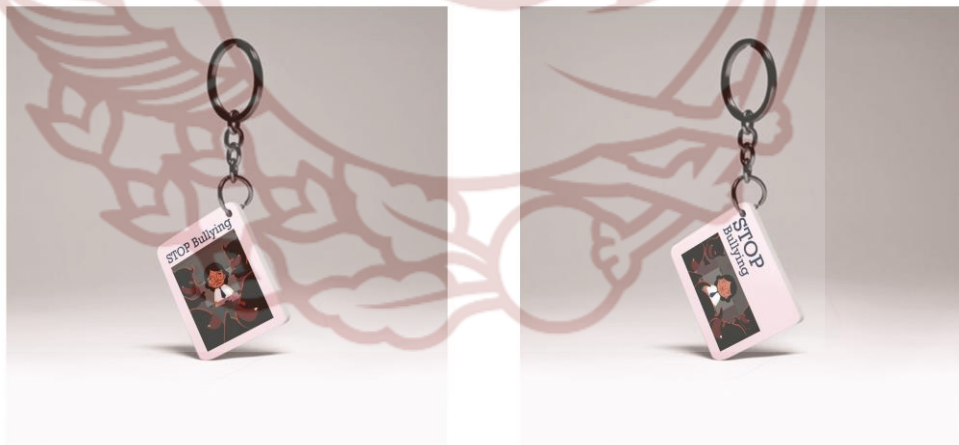
Gambar 86. Desain Alternatif Kotak Pensil.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

5. Gantungan Kunci.

Acrylic digunakan sebagai bahan gantungan kunci dengan desain satu sisi serta gambar yang sama dengan media sebelumnya, di cetak menggunakan ukuran 5cm x 3 cm.



Gambar 87. Desain Alternatif Gantungan Kunci A.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 88. Desain Alternatif Gantungan Kunci B.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

6. Kaos.

warna pink digunakan untuk warna dasar kaos dimana warna tersebut sebelumnya merupakan identitas dari setiap acara gerakan anti *bullying* yang diadakan secara serentak.



Gambar 89. Desain Alternatif Kaos A.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 90. Desain Alternatif Kaos B.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

7. Stiker.

Vinyl merupakan jenis bahan yang digunakan dalam pembuatan stiker ini, stiker dibuat dengan desain yang sama dengan gantungan kunci dengan ukuran 5cm x 3 cm.



Gambar 91. Desain Stiker 1.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 92. Desain Stiker 2.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 93. Desain Stiker 2.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

8. Pensil.

Marchandise pensil diberi desain *stop bullying* pada bagian ujung atas dengan menggunakan *clay* yang ditempel dengan gambar desain pada bagian muka dengan ukuran 2cm x 3cm.



Gambar 94. Desain Pensil.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

9. Penghapus.

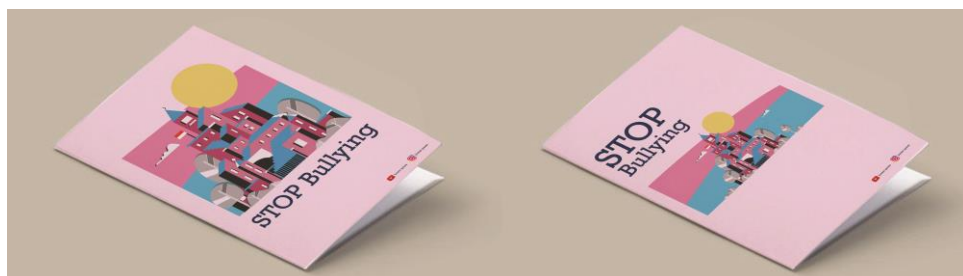
Setelah kotak pensil dan pensil sendiri, kotak penghapus merupakan bagian yang sudah sepaket dengan barang - barang tersebut. Penghapus pensil menggunakan desain yang serupa dengan yang lain dan diletakkan pada bagian muka penghapus.



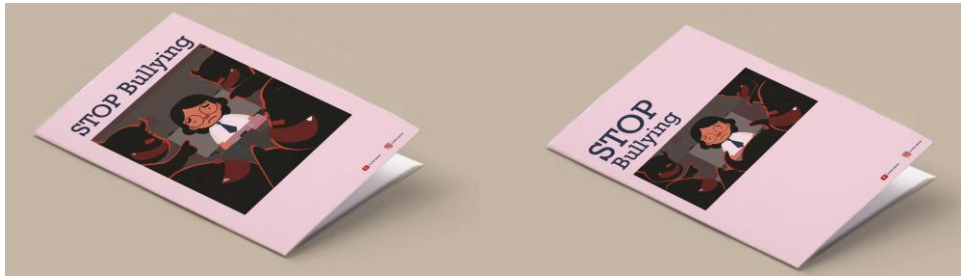
Gambar 95. Desain Penghapus.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

10. Map.

Kegunaan map adalah untuk menyimpan lembaran berkas yang rawan terlipat sebagian besar berkas yang disimpan kertas berukuran A4. Maka A4 dengan ukuran 21 cm x 29,7 cm, dilebihkan sedikit pada sisi panjang dan lebarnya untuk mempermudah penggunaan. ukuran yang dilebihkan menggunakan ukuran 22 cm x 31 cm dengan bahan kertas *art carton*.



Gambar 96. Desain 1 Map.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)



Gambar 97. Desain 2 Map.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

11. Jam Dinding.

Merchandise terakhir ini diproduksi terbatas hanya beberapa saja, desain kampanye diletakkan pada bagian dalam jam dinding, jam dinding berbentuk lingkaran dengan ukuran diameter dalamnya 24 cm dan 30 cm untuk diameter luarnya.



Gambar 98. Desain Jam Dinding.
(Sumber : Elisa Fitriani, 2019)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan.

Mengerjakan sebuah karya memerlukan proses yang tertata untuk mendapatkan hasil yang maksimal, karya tidak bisa hanya dibuat begitu saja. Dibutuhkan data baik berupa teori maupun informasi yang diperoleh dari lapangan melalui wawancara langsung kepada pihak yang bersangkutan untuk mendapatkan data yang akurat. Diperlukan strategi khusus serta perkiraan bagaimana kedepannya apabila program tersebut terus berlanjut. Khususnya dalam membuat perencanaan kampanye yang ditujukan untuk membuat perubahan, data digunakan sebagai dasar untuk menyusun strategi, merancang karakter, membuat cerita, serta menentukan tujuan dibuatnya karya. Strategi yang dirancang harus sesuai dengan keadaan dan situasi yang sedang terjadi, seperti halnya di era modern yang memiliki keterkaitan erat dengan media elektronik.

Bentuk visual serta media elektronik *motion graphic* dipilih sebagai media kampanye, untuk mejangkau khalayak melalui jejaring dan media sosial yang cukup berhubungan erat dengan dunia modern. *Motion graphic* sebagai media kampanye ini dirancang dengan anak SMP sebagai target *audience*, dengan gaya visual *flat design*. Kampanye dilaksanakan melalui kegiatan seminar acara dan diikuti publikasi sosial media. Kegiatan kampanye bernuansa warna merah muda, di mana warna ini adalah warna identitas untuk kampanye

anti *bullying* secara internasional. Isi *motion graphic* singkat dan ringkas, namun dapat mewakili secara keseluruhan maksud serta tujuan dari kampanye.

B. Saran.

a. Lembaga Kependidikan.

Seiring dengan kemajuan teknologi sifat serta kebutuhan anak juga berubah, cara belajar mengajar serta memberi masukan kepada anak tidak bisa disamakan dengan generasi lama. Banyaknya fasilitas serta kemudahan yang didapat oleh anak – anak di zaman modern membuat mereka memiliki banyak perhatian lebih dengan hal baru yang dianggap lebih menarik, diperlukan inovasi baru untuk memberikan masukan kepada mereka. Memberikan pembelajaran yang mengikuti perkembangan akan lebih efektif untuk menarik perhatian mereka.

b. Mahasiswa.

Kedepannya dengan adanya kampanye ini diharapkan dapat menjadi motivasi baru untuk menciptakan karya lain agar tidak terpaku dengan kebiasaan lama. Serta dapat dijadikan sebagai referensi dan sumber penciptaan karya selanjutnya.

c. Prodi DKV.

Setelah semua proses serta tahapan untuk membuat karya ini, ada beberapa materi serta teori yang kurang dalam proses perkuliahan. Diharapkan karya ini bisa menjadi tambahan teori dalam proses perkuliahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Ali dan M Umar. 1992. *Psikologi Umum*. Surabaya : Bina Ilmu.
- Anindita Marsha dan Ryanti Menul Teguh. 2016. *Tren Flat Design dalam Desain Komunikasi Visual (jurnal)*. Jakarta : FSRD Universitas Trisakti.
- Ardi Wijayani, Novan. 2012. *Save Our Chlldern From School Bullying*, Yogyakarta : AR-RUZZA MEDIA.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. 2005. *KBBI Edisi Ketiga*, Jakarta:Balai Pustaka.
- Basuki, Agus. 2010. *Preventing School Bullying Dengan Media CD (jurnal)*. Yogyakarta : UNY.
- Burmistov Ivan, Tatiana Zlokazova, Anna Izmalkova Anna Leonova. 2015. *Flat Design vs Traditional Design (jurnal)*. Moscow : Lumonosov Moscow State University.
- Choiril Umam, Nuga. 2016. *Perancangan Motion Graphic Pengenalan Batik Gemawang Khas Kabupaten Semarang (Jurnal)*.Yogyakarta : Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Edson, Lee. 1975. *Cara Kita Belajar*. Jakarta : Tira Pustaka Jakarta.
- Frank, Jefkins. 1997. *Periklanan*. Jakarta : Erlangga.
- Gunarsa, D. Singgih. 2004. *Dari Anak Sampai Usia Lanjut Bunga Rampai Psikologi Perkembangan*. Jakarta : PT. BPK Gunung Mulia.
- Gunarsa D. Singgih dan Y. Singgih D. Gunarsa. 1989. *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. BPK Gunung Mulia.

- Handriyotopo. 2018. *Kapita Selekta Media Budaya Komunika Visual*. Surakarta: ISI Press.
- Hendratman, Hendi. 2015. *Computer Graphic Design*. Bandung : Informatika Bandung.
- Iga Ranasari, Yolanda. 2015. *Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Narkoba Berbasis Motion Graphic Untuk Remaja (jurnal)*. Malang : Universitas Negeri Malang.
- Ikhsani, Leli Nurul. 2015. *Dinamika Psikologi Korbann Bullying Pada Remaja*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Jonathan Sarwono, dan Hary Lubis. 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : C.V Andi Offset.
- Lankow, Jason. 2014. *Infographics The Power of Visual Storytelling*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Masruroh Nurlailatul, Chusnanik Mufida, Ika Rizky A. 2016. *Pengalaman Bullying Berdasarkan Presperktif Pelaku, Korban Dan Saksi Mata Pelajar SMP "X" Kota Batu*, Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.
- Mufarrih, Zein. 2015. *Periklanan Sebuah Pendekatan Praktis*, Yogyakarta : Mata Padi Pressindo.

Nugroho, Sarwo. 2015. *Manajemen Warna dan Desain*. Yogyakarta : CV. Andi Offset dan Andi Offset.

Pawito. 2006. *Komunikasi Politik Media Massa Dan Kampanye Pemilihan*, Yogyakarta : Jalasutra.

Ranang A.S, Basnendar H, dan Asmoro N. P. 2010. *Animasi Kartun Dari Analog Sampai Digital*, Jakarta : Indeks.

Rastiati, Ranny. 2008. *Penggunaan Warna Maskulin dan Feminim Pada Hadiah Ulang Tahun Anak Anak Jepang (Jurnal)*, Jakarta : Universitas Indonesia.

Satriaputra Sukarno, Iman. 2014. *Perancangan Motion Graphic ilustratif mengenai majapahit Untuk Pemuda Pemudi (Jurnal)*, Bandung : Institut Teknologi Bandung.

Sugiyono. 2016. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Penerbit Alfabeta.

Suyanto. M. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.

INTERNET.

ditpui.ugm.ac.id/2017/motion-graphic-workshop-media-promosi-startup/ (diakses pada tanggal 11 Desember 2018, 10:00 WIB)

<https://kbbi.kemendikbud.go.id> (diakses pada tanggal 27 Desember 2018, 09:00 WIB)

[KPAI.Pelaku.Kekerasan.Terhadap.Anak.Tiap.Tahun.Meningkat_Komisi.Perlindungan.Anak.Indonesia.\(KPAI\)](http://KPAI.Pelaku.Kekerasan.Terhadap.Anak.Tiap.Tahun.Meningkat_Komisi.Perlindungan.Anak.Indonesia.(KPAI)) (diakses pada tanggal 30 Oktober 2017, 19:00 WIB)

library.binus.ac.id/eColls/eThesisd/doc/Bab2/2014-2-02319-DS%20Bab2001.pdf

(diakses pada tanggal 11 Desember 2018, 13:00 WIB)

[m.kaskus.co.id/thread/53a9d11f902cfe26358b4614/cara-mendesain-karakter-](http://m.kaskus.co.id/thread/53a9d11f902cfe26358b4614/cara-mendesain-karakter-komik-yang-sukses/18)

[komik-yang-sukses/18](http://m.kaskus.co.id/thread/53a9d11f902cfe26358b4614/cara-mendesain-karakter-komik-yang-sukses/18) (diakses pada tanggal 29 November 2018, 16:00 WIB)

[media.neliti.com/media/publications/220140-preventing-school-bullying-dengan-](http://media.neliti.com/media/publications/220140-preventing-school-bullying-dengan-media.pdf)

[media.pdf](http://media.neliti.com/media/publications/220140-preventing-school-bullying-dengan-media.pdf) (diakses pada tanggal 19 Desember 2018, 09:30 WIB)

[news.detik.com/berita/d-4506079/berawal-dari-bully-di-medsos-begini-kronologi-](http://news.detik.com/berita/d-4506079/berawal-dari-bully-di-medsos-begini-kronologi-kasus-audrey)

[kasus-audrey](http://news.detik.com/berita/d-4506079/berawal-dari-bully-di-medsos-begini-kronologi-kasus-audrey) (diakses pada tanggal 25 April 2019, 01:28 WIB)

sejiwa.org/profile/ (diakses pada tanggal 25 Desember 2019r, 01:00 WIB)

[tekno.kompas.com/read/2018/03/02/08181617/indonesia-pengguna-facebook-](http://tekno.kompas.com/read/2018/03/02/08181617/indonesia-pengguna-facebook-terbanyak-ke-4-di-dunia)

[terbanyak-ke-4-di-dunia](http://tekno.kompas.com/read/2018/03/02/08181617/indonesia-pengguna-facebook-terbanyak-ke-4-di-dunia) (diakses pada tanggal 15 Desember 2018, 11:30 WIB)

[wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-3835907/kisah-inspiratif-agnes-](http://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-3835907/kisah-inspiratif-agnes-oryza-influencer-yang-dibully-karena-rambut-keriting)

[oryza-influencer-yang-dibully-karena-rambut-keriting](http://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-3835907/kisah-inspiratif-agnes-oryza-influencer-yang-dibully-karena-rambut-keriting) (diakses pada tanggal 20 Desember 2018, 21:30 WIB)

www.instagram.com/movio.id (diakses pada tanggal 12 Desember 2018, 15:00

WIB)

www.instagram.com/ema_colombo (diakses pada tanggal 12 Desember

2018,17:00 WIB)

www.youtube.com/user/monoponik (diakses pada tanggal 12 Desember 2018,

17:00 WIB)

www.liputan6.com/global/read/2641129/jadi-korban-bullying-gadis-cilik-penyintas-kanker-bunuh-diri (diakses pada tanggal 20 Desember 2018, 21:17 WIB).

www.liputan6.com/news/read/2994415/kpai-full-day-school-berpotensi-timbulkan-bullying (diakses pada tanggal 21 Desember 2018, 14:25 WIB).

www.sudahdong.com, (diakses pada tanggal 25 Desember, 10:05 WIB).

<https://news.detik.com/berita/d-4532984/kpai-angka-kekerasan-pada-anak-januari-april-2019-masih-tinggi>

DAFTAR NARASUMBER.

Alik Suhariyani, Batu, Dinas Pendidikan Kota Batu.

Chusnanik Mufida, Batu, Guru BK SMP Islam 01 Batu dan Kepala Sekolah SMP PGRI 01 Batu.

LAMPIRAN

Wawancara





PEMERINTAH KOTA BATU
DINAS PENDIDIKAN

Balaikota Among Tani Gedung A Lantai II
Jl. Panglima Sudirman No. 507, Telp. (0341) 511665 BATU 65313
Jawa Timur

Batu, 18 September 2018

Nomor : 420/5447/422.101/2018
Sifat : Segera
Lampiran : ---
Perihal : Ijin Penelitian

Kepada
Yth. 1. SMP PGRI 01 Kota Batu
2. Dinas Pendidikan Kota Batu
di

Tempat

Menindak lanjuti surat dari Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Batu,
Nomor : 072/1213/422.205/2018, Tanggal : 03 September 2018, Perihal : Ijin
Penelitian kepada :

Nama : ELISA FITRIANI
NIM : 14151128
Jurusan : DKV/Desain
Fakultas/Universitas : Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia
Surakarta
Alamat : Jl. Ki Hajar Dewantara No. 19, Kertingan,
Jebres, Surakarta, Jawa Tengah
Tema/Judul : Motion Graphic sebagai Media Perancangan Anti
School Bullying pada Anak di Kota Batu - Malang
Data yang dicari : - Wawancara
- Meminta surat ijin
Waktu : 31 Agustus 2018 s/d 30 September 2018
Lokasi : 1. SMP PGRI 01 Kota Batu
2. Dinas Pendidikan Kota Batu

Peserta/Yang Mengikuti: --

Pada prinsipnya kami tidak keberatan memberikan ijin untuk pelaksanaan
penelitian/rekapitulasi data tersebut dengan catatan :

1. Harus mematuhi tata tertib yang ditetapkan oleh tempat penelitian;
2. Tidak mengganggu kegiatan belajar mengajar di tempat penelitian;
3. Selesai penelitian harap membuat laporan tertulis kepada Kepala Dinas Pendidikan Kota Batu.

Demikian untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pt. KEPALA DINAS PENDIDIKAN
KOTA BATU

Tembusan :
Yth. - Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Surakarta

Dr. ENY RACHYUNINGSIH, M.Si
Pembina Utama Muda
NIP. 19660517 199303 2 003



PEMERINTAH KOTA BATU
KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jl. Panglima Besar Jenderal Sudirman 507 Balaikota Among Tani Gedung B Lantai 2
KOTA BATU

Batu, 03 September 2018

Nomor : 072/ ~~213~~ /422.205/2018
Lampiran : -
Hal : Ijin Observasi

Kepada
Yth. Kepala Dinas Pendidikan Kota Batu
Di -

T e m p a t

Menunjuk surat pengantar dari Dekan Fakultas Seni Rupa Dan Desain Institut Seni Indonesia Surakarta Tanggal 31 Agustus 2018 Nomor : 1903.A/IT6.4/PP/2018 Perihal Ijin Observasi, bersama ini diberitahukan bahwa :

Nama : ELISA FITRIANI
NIM : 14151128
Jurusan : DKV/Desain
Fakultas/Universitas : Seni Rupa Dan Desain/ Institut Seni Indonesia Surakarta
Alamat : Jl. Ki Hajar Dewantara No 19 kentingan Jebres Surakarta

Bermaksud mengadakan Observasi pada Instansi yang Saudara pimpin dengan ketentuan sebagai berikut :

Judul : Motion Graphic Sebagai Media Perancangan Anti School Bullying Pada Anak Di Kota Batu Malang
Data yang dicari : - Wawancara
 - Meminta surat ijin
Lokasi : - SMP PGRI 01 Batu
Peserta : -
Waktu : 31 Agustus 2018 s/d 30 September 2018

Selama melakukan kegiatan wajib mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku dan **melaporkan secara tertulis hasil kegiatannya kepada instansi setempat.**

Demikian untuk menjadikan maklum.

An. WALIKOTA BATU
**KEPALA KANTOR KESATUAN
BANGSA DAN POLITIK KOTA BATU**


SULIYANNAH, S.Sos
Pembina Tk. I
NIP. 19630416 198603 2 017

→ **Tembusan :**
Yth.Sdr. Dekan Fakultas Seni Rupa Dan Desain
Institut Seni Indonesia